

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, E. I. (2019). *Nur Aida*. 4, 8–19.
- Almansyah Rundu Wonua, Ismanto, S. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Trust terhadap Minat Beli di Marketplace Shopee (Studi pada Masyarakat Pesisir Suku Bajo di Kabupaten Bombana)* Almansyah Rundu Wonua. 1(6).
- Ardianti&Widiartanto, A. N. (2019). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee* . 1–11.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Feb UPN "Veteran" Jawa Timur Ellinda*. 6, 2870–2881.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Hutapea, N. C. J. Y. (2022). *Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Layanan Gofood dalam Aplikasi Gojek*. 4, 6484–6492.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., Hum, M., & Dharmoputra, I. S. (2018). *PENGARUH CONSUMER ONLINE RATING AND REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA DI WILAYAH DKI JAKARTA EFFECT OF CONSUMER ONLINE RATING AND REVIEW TO BUYING*. 5(2), 1828–1835.
- Iryanti, W. N., Mahardini, S., Kurniawan, L., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kue Elcakery Jakarta*. 7(3), 230–239.
- Khotimmah, N., Sri, D., Pantjolo, W., & Pitoyo, B. S. (2024). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Online Customer Review , Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Madame Gie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta*

Raya Angkatan 2020). 2(1), 826–844.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta

Kotler, Philip & Armstrong, (2012): *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition new. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2016): *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Maszudi, E. (2023). *Peran Influencer Marketing Online Customer Review dan Content Marketing dalam Keputusan Pembelian Pada Sosial Instagram*. 6(2), 1348–1358.

Mita, Fransisca Desiana Pranatasari, K. (2021). *Analisis Pengaruh Harga , Kemudahan Penggunaan , dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 04(September).

Muhammad Saputra, Novita Sari, Yusminar Wahyuningsih, L. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENDER PRIA DI E-COMMERCE Muhammad*. 1527–1545.

Pramuditha, C. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi , Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang*. 3(1), 1–13.

Saputra, R. &. (2023). *PENGARUH HARGA DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP*.

Septayuda, I. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI-4X*. 127–136.

Setyani Nur Afifah, R. E. P. (2023). *PERSEPSI HARGA TERHADAP*

KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO (STUDI PADA KONSUMEN SMARTPHONE OPPO DI AAN CELL KALIWUNGU KENDAL). 6(1), 147–155.

Sjoraida, D. F., & Hardian, A. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing , Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. 9(5), 2044–2049.*

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.*

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Vindiana, L. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA. 16(1), 47–62.*

Yusa, V. De, & Utami, R. R. (n.d.). *Pengaruh E-WOM , Citra Merek , dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli : Studi Pada Konsumen Piero Footwear. 139–152.*

Yusuf, A. (2023). *Pengaruh Citra Merek , Dan Harga Terhadap Keputusan. 8(2), 271–280.*

