

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2008). *Marketing Research, 9Th Ed.* Wiley India Pvt. Limited. <https://books.google.co.id/books?id=4TtExwfn8B0C>
- Alma, B. (2012). Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Promosi. *Bandung: Alfabeta.*
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The impact of electronic word of mouth on consumers' purchasing decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82(9), 23–31.
- Amirullah, A. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada alfamart kecamatan bolo kabupaten bima. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(3), 383–390.
- Apriliani, D., & Hayuningtias, K. A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1991–2004.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep dan strategi.* PT. Grafindo Persada.
- Durianto, S., & Sitinjak, T. (2004). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. In *Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT. Gramedia Pustaka* (3rd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen: (sikap dan pemasaran)* .
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.* . Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hou, A. (2021). Pengaruh Atribut Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekuivalensi*, 7(2), 345–356.
- Indartini, M., & Rachma, N. (2023). Analisis Pengaruh Website Design Quality, E-Service Quality Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Sociolla. *JAMER: Jurnal Akuntansi Merdeka*, 4(1), 11–21.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition Global Editions.*
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian. (2024a). *Principles of Marketing* (Nineteenth Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian. (2024b). *Principles of Marketing* (Nineteenth Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management.* .
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business* , 1, 1–5.
- Laila, E. J. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab rabbani di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1).

- Rahmawati, A. I. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas PGRI Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23.
- Romadhon, K., & Nuzil, N. R. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kebab Turki Baba Rafi Melalui Variabel Intervening Word Of Mouth (Studi Kasus Konsumen Kebab Turki Baba Rafi Soekarno Hatta Malang): Studi Kasus Konsumen Kebab Turki Baba Rafi Soekarno Hatta Malang. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 5(3), 612–626.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37–48.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Prentice-Hall.
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (2021). Analisis pengaruh customer review dan customer rating terhadap keputusan pembelian produk di online marketplace (studi pada mahasiswa pengguna Tokopedia di kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. penerbit Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1).
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). THE EFFECT OF ONLINE CONSUMER REVIEW TOWARD PURCHASE INTENTION: A STUDY IN PREMIUM COSMETIC IN INDONESIA . *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* , 1–13.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trihapsari, T., & Talkah, A. (2022). Analisis Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Matahari Brand Trenggalek Saat Pandemi Covid “19. *Otonomi*, 22(1), 150–159.
- Wati, R., Indrawati, H., & Syabrus, H. (2025). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Universitas Riau). *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1455–1463.