

DAFTAR PUSTAKA

- Aceh, A. S. (2019). Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di SMA Negeri 10 Fajar Harapan Banda Aceh. *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 1–11.
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bilgin, Y. (2018). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148.
- Halim, A., Sridadi, A. R., & Sholicha, U. M. (2020). MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN ISLAM. *Al-Ibrah*.
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bismak*, 2(2), 8–17.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Kumalasari, R. N., Nuryatman, P., Eviana, M., Andriani, S., & Yuhanna, W. L. (2021). Implementasi Strategi Marketing Mix Pada Rintisan Usaha Kreatif "Lichaposa". *Jurnal Abdimas Budi Darma*.
- Kotler & Amstrong. (2018). Buku Manajemen Pemasaran.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*.
- Masloman, tumbel, & raintung. (2022). Efektifitas keputusan pembelian in-app purchases pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat manado. *Jurnal emba*, 10(1).
- Neliwati. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif (kajian teori dan praktek)*. Cv. Widya puspita.

- Prasetya, suarmanayasa, & yulianthini. (2019). Faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian produk future culture di singaraja. *Bisma: jurnal manajemen*, 5(2).
- Romla, & ratnawati. (2018). Keputusan pembelian e-commerce melalui kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan web. *Ekobis*, 19(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r & d*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Trivena, J., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Online Consumer Reviews Pada Aplikasi Female Daily Network terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Kiwari*, 1(3), 460-466.
- Prasetya, K., Suarmanayasa, I., & Yulianthini, N. (2019). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Future Culture di Singaraja. *BISMA: Jurnal Manajemen*.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., ... & Kutoyo, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Yullus, Y., & Susilo, W. H. (2020). *Manajemen Pemasaran: Orientasi Pasar dan Aplikasi Bisnis yang Inspiratif*. Jakarta.