

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. S. 2019. Hubungan Daya Tarik *Sponsorship* dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Sariayu (*Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science*).
- Amelia, R. D., Michael, M., & Mulyandi, R. 2021. Analisis *Online Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274-280.
- Agustyan, R., & Baehaqi, M. 2020. Analisis Pengaruh *Online Consumer Review, Warranty Product dan Brand Trust Terhadap Purchase Decision Smartphone Xiaomi* di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 240-250.
- Anang dan Budi. 2018. Pengantar Manajemen. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Anggraeni, A. D., & Susan, M. 2021. Pengaruh *Online Consumer Review* terhadap Minat Beli melalui Virtual Hotel Operator. *Wahana: Tridarma Perguruan Tinggi*, 73(2), 88-102.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. 2020. Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Kembali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99-108.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. 2019. Pengaruh *Online Customer Review Dan Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *MarketplaceShopee*. (Studi Pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.
- Awanis Izmi. 2020. Pengaruh *Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Mahasiswa*. (Doctoral dissertation, Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati).
- Buchari Alma. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. CV Alfabeta. Bandung.
- Cecilia Pongpare Munda Nadya. 2019. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Van Hengel Katering Bandung.

- Constantinides, E., & Holleschovsky, N. I. 2016. *Impact Of Online Consumer Reviews On Purchasing Decisions. In International Conference on Web Information Systems and Technologies* (Vol. 2, pp. 271-278). Scitepress.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2018 sampai 2020. Kontribusi Ekonomi Industri Kreatif pada PDRB Kota Bandung.
- Erlangga, H., Nani, N., Supiandi, G., Jasman, J., & Nuryani, A. 2020. *The Effect Of Promotion On Purchase Decision at PT. Jaiindo Metal Products In Bandung. HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(1).
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & AD, Y. S. M. 2021. *Word Of Mouth Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. In Forum Ekonomi* (Vol. 23, No. 4, pp. 662-672).
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. 2021. Pedoman Penyusunan Skripsi FEB UNPAS. Bandung.
- Fandy Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Fong, S. W. L., Kian, T. P., Fern, Y. S., & Quan, S. L. 2018. *The impact of online consumer review to online hotel booking intention in Malaysia. International Journal of Supply Chain Management*, 7 (2), 140-145.
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. PT Grasindo. Jakarta.
- Heryana Ade. 2020. Handbook Organisasi Dan Teori Organisasi. Tangerang: A. Heryana Institute 1.
- Ishak, R. F., & Somadi, S. 2019. Analisis Efisiensi Industri Kreatif Unggulan Kota Bandung Dengan Pendekatan Data Envelopment Analysis. *Competitive*, 14(1), 1-13.
- Iskandar Dzulqarnain. 2019. *The Correlation of Online Customer Review Feature To Product Purchasing Decision On Shoppe Marketplace*. Universitas Jember. Diakses di : <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/93165> pada 02 April 2022, 00.48 WIB.

- Julianti, Y. A. 2019. Pengaruh *Online Costumer Review Dan Online Costumer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian *Online Marketplace*(Studi Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian). *Cano Ekonomos*, 8 (1), 0-8.
- Kamila, K. T. 2019. Pengaruh *Online Consumer Review* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015/2016–2018/2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. 2016. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(2), 75-83.
- Kotler, Phillip and Gery Armstrong. 2018. *Principle of Marketing, 17e Global Edition, Pearson Education Limited. United Kingdom, CM17NA*.
- Kotler and Keller. 2016. *Marketing Management, 17e Global Edition, Pearson Education Limited. England*.
- Kotler, Phillip and Keller. 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-15, Jilid 1&2, Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Airlangga.
- Lininati, E. 2018. Pengaruh Promosi melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian di *Food Court*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Mahfuzh, M. A. 2021. Pengaruh promosi dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian pada *MarketplaceShopee* dikalangan mahasiswa UIN Bandung angkatan tahun 2017 (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Mas'adi, M. 2020. *The Effect of Promotion on Purchasing Decisions at PT. Auto 2000 Bintaro*. *Jurnal Office*, 6(1), 9-16.
- Njoto Dea Putri & Sienatra Krismi Budi. 2019. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Wenak Tok. Universitas Ciputra Surabaya. Diakses di: <http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/2811> pada 13 April 2022, 22.17 WIB.

- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. 2021. *The Effect of Online Customer Review, Quality Product, and Promotion on Purchasing Decision Through Shoppe Marketplace(A Case Study of UBSI College Student)*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439-450.
- Panggabean, A. P. 2017. Kualitas Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli di Taman Pintar *Book Store* Yogyakarta. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2).
- Permana, D. I. 2017. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 117-123.
- Putra, R. D., & Setiawan, B. 2021. Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan *Online Customer Reviews* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 31-42.
- Putri, C. S. 2016. Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Prastowo, L. 2016. Pengaruh Promosi *Online* Terhadap Keputusan Pembelian (*Doctoral dissertation, Manajemen-Fakultas Ekonomi*).
- Rangsang, R. A., & Millayani, H. 2021. *The Effect Of Online Consumer Review On Customer Purchase Decision Process In The E-commerce Site Blibli.com*. *eProceedings of Management*, 8(6).
- Reddy, C., & Aradhya, G. B. 2017. *Impact of Online Consumer Reviews on Consumer Purchase Decision in Bangalore*. *International Journal of Allied Practice, Research and Review* 4 (3), 1-7.
- Rondonuwu, J., Tampi, J. R., & Walangitan, O. F. 2020. Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Sibra. *Productivity*, 1(5), 399-403.

Saputra, V. E., & Widyatmoko, W. 2019. Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan “Udah Waktunya Pake GO-JEK–Vertibokek”. *Prologia*, 3(1), 289-298.

Sari, W. H. P. 2021. Pengaruh Promosi, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna *MarketplaceShopee* Di Indonesia. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(6), 14-14.

Sarinah dan Mardalena. 2017. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV Budi Utama (Edisi 1, Cetak 1).

Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. 2021. Pengaruh *Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko *Online* Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954-962.

Setiawan, C., Octarina, D., & Pangosta, J. R. 2022. *The Effect of Promotion on Purchase Decision at Cafe Praja Bintaro, South Tangerang. TRJ Tourism Research Journal*, 6(1), 39-48.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta (Edisi 3, Cetak 2).

Yapsani, A., Kristianto, F., Handayati, F. D., & Rosalina, Y. 2020. Pengaruh *Online Reviews* terhadap Intensi Pemesanan Hotel Secara *Online* di Jakarta. *Perwira-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 3(1), 1-14.

Sumber Lain:

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

<https://appjii.or.id>. “Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)”. We Are Social. Diakses pada 13 Juni 2022, 21.47 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id>. “Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2018-2022”. Diakses pada 13 Juni 2022, 21.37 WIB.

<https://idcloudhost.com>. “*Online Review*”. Diakses pada 19 Juni 2022, 01.20 WIB.

<https://pluraltogether.wordpress.com>. “Pengertian *Clothing*”. Diakses pada 14 Juni 2022, 19.55 WIB.