

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama. (2018). *TUJUAN MANAJEMEN PEMASARAN*. 2020, 1–23.
- Alciano Ghobadi Gani, S. (2020). SEJARAH dan PERKEMBANGAN INTERNET DI INDONESIA Alciano Ghobadi Gani, ST. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(Cmc), 68.
- Aldilla, F. A. (2021). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap purchase intention melalui customer trust pada konsumen E-Commerce Shopee. *Repositori Universitas Islam Sultan Agung Semarang*, April, 30.
- Amruddin, hari nugroho. (2018). *PENGANTAR MANAJEMEN*.
- Anggraeni. (2023). *THE INFLUENCE OF ONLINE CUSTOMER REVIEW AND RATING ON PURCHASE DECISION WITH PURCHASE INTENTION AS A MEDIATING VARIABLE (Study on MSME Consumers of Geprek Chicken in Indonesia)*. 2006, 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Arbaini, P. (2020). Jurnal Bisnis dan Manajemen PENGARUH CONSUMER ONLINE RATING DAN REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal.Polban.Ac.Id*, 7(1), 25–33. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Ardi Ansah, J., Vol, K. S., Issn, O., & Issn, P. (2018). *PENGARUH DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* Ardi. 1(2).
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2018). *Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating : Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia Online Costumer Reviews (OTRs) dan Rating : New Era in Indonesia Online Marketing*. 89–98.
- Azhari. (2018). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 143–148. <https://media.neliti.com/media/publications/86437-ID-pengaruh-customer-experience-terhadap-ke.pdf>
- Bagus. (2018). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Bhatti, A. (2018). Science Arena Publications International journal of Business Management Sales Promotion and Price Discount Effect on Consumer Purchase Intention with the Moderating Role of Social Media in Pakistan. *International Journal of Busniness Management*, 3(4), 50–58. www.sciarena.com
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2020). Manajemen pelayanan Publik kebersihan lingkungan. *NBER Working Papers*, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2020). *The Influence of Quality Products , Price , Promotion , and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT . Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*. 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Claudia, Indonesia, U. P., Purba, P. Y., & Indonesia, U. P. (2020). *Jurnal Bisnis dan Manajemen PERAN MEDIASI CUSTOMER SATISFACTION DALAM*. 7(2), 171–184.
- Dahlia, M. I. (2022). *Media Informatika Vol.21 No.3 (2022) 245*. 21(3), 245–263.
- Dewi, T. U., & Nugroho, P. N. A. (2020). Pengaruh Customer Experience terhadap

- Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Institut Français Indonesia di Surabaya. *Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis (JTTB)*, 3(2), 30–39. <https://jurnal.polteksi.ac.id/index.php/jttb/article/view/80>
- erik, Juniwati, Heiyadi, U. T. (2021). “ Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada Starbucks Coffee Di Pontianak : Perspektif B2C .” 09(0), 88–106.
- Erwin, Ginting, E. (2023). the Influence of Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchase Decisions Through Consumer Trust in Fore Coffee Products At Sun Plaza Medan. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 3(4), 1005–1010. <https://doi.org/10.54443/ijeabas.v3i4.964>
- Esmailpour, M., & Mohseni, Z. (2019). Effect of Customer Experiences on Consumer Purchase Intention. *Romanian Economic Journal*, XXII(73), 19–38.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Pemasaran*. 11–37.
- Farrukh, S., Kassim, R. M., Malik, F., Khan, S., & Iqba, M. F. (2018). Study to Evaluate The Effect of Web Experience Dimensions on Pre-Purchase Decision to Enhance Customer Satisfaction and Loyalty. *World Journal of Research and ...*, 6, 37–45. https://www.wjrr.org/download_data/WJRR0606007.pdf
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3(1), 30–42.
- Febrianti, R. A. M., Gofur, A., & Aulia, F. (2021). The Influence of Social Media Promotion Strategies on Price-Mediated Purchase Decisions (Case Study at PT . Lazada Bandung). *Psychology and Education*, 58(3), 493–500.
- Feriyanto, W., Selatan, S., & Selatan, S. (2018). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. 16(1), 21–27.
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2020). PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG Ade.
- Hamzah. (2018). *Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision*. 1(1), 9–22.
- Hanafi, M. (2018). Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen. *Managemen*, 1(1), 66. <http://repository.ut.ac.id/4533/1/EKMA4116-M1.pdf>
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer’s purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/PRR-08-2017-0034>
- Handayani, S. (2018). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS E-COMMERCE STUDI KASUS TOKO KUN JAKARTA. 10, 182–189.
- Hariyanto. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga. 9(2).
- Haviz, H. B. H., & Mahaputra, M. R. (2020). The Impact of Green Marketing and Corporate Social Responsibility on Brand Image, Purchase Intention, and Purchase Decision (Study on the Body Shop in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4), 987–999. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAAS>
- Heni, universitas L. (2022). PENGARUH PROMOSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE DI INDONESIA).
- Henry, Ikhsani, & Ali. (2020). Customer purchase decision model, supply chain

- management and customer satisfaction: Product quality and promotion analysis. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 592–600.
- Irana. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>
- Izzaty, R. E., Astuti, B., & Cholimah, N. (2020). Manajemen Pemasaran. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(2), 5–24.
- Jessica, J. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Intention. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Kranzb, A., Kleijnen, M. H. P., & Morgan, R. E. (2018). *The Multilevel Nature of Customer Experience Research: An Integrative Review and Research Agenda*. 20, 433–456. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12140>
- Kumbara, V. B. (2021). *DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK*. 2(5), 604–630.
- Lara. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEWS, ONLINE CUSTOMER RATING DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DIKAJI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *γ7α7*, 8.5.2017, 2003–2005. www.aging-us.com
- Latief. (2020). *Jurnal Mirai Management*. 6(1), 139–154.
- Lestiani. (2020). *FAKTOR-FAKTOR DOMINAN PROMOSI YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI KONSUMEN DALAM MEMBELI SUATU PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN METODE AHP* *Melia*. 1, 15–20.
- Lila Febriana Kausaha, Ida Hidayanti, & Ririn Damayanti. (2023). Influence of Online Customer Review and Online Customer Rating on Gofood Purchase Decisions in the Gojek Application. *Journal of Management and Islamic Finance*, 3(1), 20–33. <https://doi.org/10.22515/jmif.v3i1.6588>
- Maharani. (2023). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA CHEEK & COSMETICS DI DESA SKRIPSI OLEH: FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RA*.
- Maitlo, M. Z., Jugwani, N., & Gilal, R. G. (2018). Model of Customer Experience and Purchase Intention in Online Environment. *Sukkur IBA Journal of Management and Business*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.30537/sijmb.v4i1.101>
- Mantik, J., Wiguna, I. B., & Wang, G. (2021). Social Commerce: Analysis of Influence Factors Customer Experience Management on Purchase Decision. *Jurnal Mantik*, 5(3), 1636–1643.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2), 716–727.
- Mia Kristanti, M. (2021). Analisis Pengaruh Digital Marketing, Online Customer Experience Quality, E-Servqual, Terhadap Online Customer Trust, Online Customer Review Rating, Dan Online Customer Loyalty Umkm Indonesia Masa Pandemi Covid-19. *Widyagama National Conference on Economics and Business, Wnceb*, 896–915. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>
- Mubarok, R. (2021). Pelaksanaan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam. *Al-Rabwah*, 13(01), 27–44. <https://doi.org/10.55799/jalr.v13i01.11>

- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.
- Nasermoadeli, A., Ling, K. C., & Maghnati, F. (2019). Evaluating the Impacts of Customer Experience on Purchase Intention. *International Journal of Business and Management*, 8(6). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n6p128>
- Nigsih, H. R., & Cahya, S. B. (2022). PENGARUH SALES PROMOTION DAN ONLINE CUSTOMER EXPERIENCES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF FEB UNESA). *YUME: Journal of Management*, 5(2), 63–70. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/46719/39431>
- Nisa. (2022). *Pengaruh Citra Merek , Promosi dan Online Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Aplikasi Tokopedia*. 1(2), 38–52.
- Nurhabibah, S., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). The Effect of Online Customer Review and Online Customer Rating on Purchase Decisions at Copyright Grafika Store. *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 221–228. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Nursam, N. (2021). Manajemen Kinerja. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 167–175. <https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.438>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Paujiah. (2022). Pengaruh Foto Produk dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood. *Reviu Akuntansi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(2), 79–87. <https://doi.org/10.35912/rambis.v2i2.1501>
- Prianggoro, N. F., Student, M. M., Indonesia, J., Decisions, P., & Quality, S. (2019). *EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AND THEIR IMPLICATIONS ON CUSTOMER*. 6(3). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3251747>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. 3.
- Putri, D. V. (2018). *PENGARUH FITUR PRODUK, DESAIN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MERK OPPO TYPE F5 PRO (Study Kasus Pada Cabang Imago Madiun Jalan Dr. Soetomo No.96 Madiun)* *SKRIPSI*. 96, 1–23.
- 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>
- Rahmawati, N., M. Ramdan, A., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 109–119. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.684>
- Rahmawati, P. (2019). PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG ROTI BREADTALK YOGYAKARTA. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98.
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Ratnasari, I., Manajemen, J., Penjualan, P., Penjualan, P., & Penjualan, P. (2020).

KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA.

- Roberto. (2021). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan Dalam Mengonsumsi Formula 1 Nutritional Shake Mix Herbalife (studi Kasus Di Rumah Nutrisi Club Kece Badai Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Rusnendar, E., & Salma, G. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Yoghurt di Bandung Timur Pada Masa Pandemi Covid 19. 6(1), 62–69.
- safroni. (2019). *Manajemen pelayanan Publik kebersihan lingkungan*. 1–40.
- Salim, F. K., & Catherine. (2018). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 1689–1699.
- Sari, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan). *Universitas HKBP NOMMENSEN*, 1.
- Sari, M., Jalalain, T., Muyassar, T., Al Wasith, T., Al-Qur, T., & Al-Misbah Kata Kunci, T. (2021). Ayat-Ayat Tentang Fungsi Manajemen. *ALACRITY: Journal Of Education*, 1(1), 87–94.
- Sari, M., Kapuy, H. R., Manajemen, P. S., Maroso, U. S., Experience, C., & Pembelian, K. (2021). *PENGARUH INTERIOR DISPLAY DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE BUTTERFLY*. 21(1), 39–46.
- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sumarno, G. dan, Hf, V. D. C., Di, M. P., & Hf, V. D. C. (2019). Customer Experience. *ANALISIS PENGARUH BOOKVALUE PER SHARE TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN DI BURSA EFEK JAKARTA (STUDI KASUS PERUSAHAAN KELOMPOK LQ-45)* Oleh, 5(3), 1–8. <http://eprints.uanl.mx/5481/1/1020149995.PDF>
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Syarifuddin, A. D. I. (2022). Service Quality and Online Customer Rating on F&B Purchase Decisions. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(2), 133–141. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v15i2.5844>
- Vania. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Vega. (2019). Landasan Keputusan Manajemen. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Whidya, C. (2018). *the Effect of Customer Experience on Repeat Purchase Decision of Umrah Packages At. Table 1*, 199–204. https://www.wjrr.org/download_data/WJRR0606007.pdf
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–