

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Diponegoro.
- Sugiyono. (2013). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RND. Alfabeta.
- Levis, L. rafael. (2013). Metode penelitian perilaku petani. Ledalero.
- SANGADJI, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen.
- Priyanto, D. (2014). SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Prayoga, Arief Fajar, Y. P. (2016). Pengaruh Fitur Chatting Dan Tawar Pada Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan. E-Proceeding of Management, 3(3), 2968–2975.
- Amalia Suri, A. O. M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 6(Vol 6 No 1 (2017): JURNAL MANAJEMEN dan KEUANGAN).
- Ngatno. (2018). Manajemen Pemasaran. EF Press Digimedia.
- Budi, D. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Syar'I. In Universitas Islam Negeri Sumatera Utara..
- Fernanda, A., & Choiriyah, C. (2018). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Pt. Takafur Keluarga Cabang Palembang. Ekonomica Sharia, 3(2), 1–12. <https://ejournal.stebisigm.ac.id/index.php/esha/article/view/174>
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger suhay salim terhadap proses keputusan pembelian produk freeman feeling beautiful facial masks. EProceedings of Management, 6(2), 4412–4420.
- Pratama, Y. E., & Istiqomah, S. (2019). KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE DI SURAKARTA DITINJAU DARI KUALITAS LAYANAN, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN KEPERCAYAAN. Edunomika, 03(02), 445–453.

- Fasha, K., Nugraha, M., & Rinawati, R. (2019). Influence of sales promotion on purchasing decisions of Madu Perhutani products. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 2, 568–573.
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame(Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Forijati, F., & Ridwan, R. (2020). Analisis Marketing Mix dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Ayam Geprek Mbok Moro Kota Kediri. *Efektor*, 7(1), 49–58. <https://doi.org/10.29407/e.v7i1.14379>
- Purwati, A. A., Yusrizal, Y., & Ramadhani, I. C. (2019). Pengaruh Life Style, Kualitas Produk dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 22–36. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.652>
- Safitri, D. D., & Patrikha, F. D. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Online Marketplace (Studi Pada Konsumen di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1020–1026.
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. . . (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado) Effect of Marketing Mix on Consumer Decisions To Choose Cafes (Case Study on Blen.Co Café Manado Consumers). 379 *Jurnal EMBA*, 8(3), 379–388.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU. *PERFORMA*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Riska Sari Melati. (2020). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n2.p%25p>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Indah, J. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP, PERSEPSI RISIKO, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA. *UG Jurnal*, 16, 1–12.

- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Viral Marketing , Online Customer Review , Price Perception , Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya C. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 8(3), 496–507. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Yunus, N. Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado. Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 1–94.
- Zahara, A. N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). The Influence of Seller Reputation and Online Customer Reviews towards Purchase Decision through Consumer Trust from C2C E-Commerce Platform Users in Medan, North Sumatera, Indonesia. International Journal of Research and Review (Ijrrjournal.Com), 8(2), 422
- Shabrina, G. Y., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman pada Pengguna OVO. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(2), 1258–1264.
- Kadeari, N. L. E., & Heryanda, K. K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Layanan “Music Spotify Premium” Studi Kasus pada Generasi Milenial di Bali. Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 9(2), 276. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.32533>
- Melati. (2021). Manajemen Pemasaran. Deepublish.
- Pembelian, K., Buku, P., Cv, T., Salam, A., Putra, R. V., & Nas, S. (2021). Pengaruh Sales Promotion , Personal Selling dan Advertising terhadap. 32(1), 57–65.
- Priangga, I., & Munawar, F. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi, 19(2), 399–413.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). Excellent, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Hanifah, N., & Wulandari, R. (2021). the Influence of Online Customer Reviews, Ratings, and Brand Image of Millennial E-Commerce Consumers in Indonesia on Purchase Decisions With Trust As a Mediator. The International Journal of Business and Management Research, 5(07), 2021.

- Purwanto, N. (2021). Pengaruh E-Trust Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Jombang). *Jurnal EK&BI*, 4, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i2.357>
- Rini, Y. P., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Impulse Buying Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Merek Pond'S Di Golden Swalayan Tulungagung. *Jurnal Economina*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.48>
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. 1(3), 202–209.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Alfian, M. (2022). Pengaruh online customer review, social media marketing dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online melalui marketplace. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 416–424. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11038>
- Sigar, C., Haidar, K., & Astuti, R. F. (2022). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan E-Commerce Di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 4(2), 53–61. <https://doi.org/10.30872/prospek.v4i2.2233>
- Saputri, H. P. S., Sari, A., & Ramelan, M. R. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Konsumen Shopee Di Bandar Lampung). 416 | *Bulletin of Management & Business (BMB)*, 3(2), 2022. <http://dx.doi.org>
- Ismanto, J. (2022). Manajemen Pemasaran. In Unpam Press (Issue 1). UNPAM PRESS.
- Rr.Adira Mafaza, S. A. (2022). Pengaruh Sales Promotion Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7, 282. <https://doi.org/https://doi.org/10.31932/jpe.v7i2.1690>
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Astawa, P. (2022). Gaya Hidup, Harga, dan Keputusan Pembelian Spotify Premium. *Prospek : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 346–355.
- Ayu Safika Dewi, Titik Inayati, & Mohamad Johan Efendi. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202–209. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1iIII.50>

- Fakhrudin, A., Valeria, M., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Bauran Pemasaran*, 3, 1–91.
- Diah, S., & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Secara Online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7375>
- Dewi, W. A., & Santoso, B. (2023). Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Toko Maezula Jember. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 7(1), 61–68. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v7i1.58481>
- Ruqoyyah, U., & Rahmawan, G. (2023). Pengaruh Copywriting Promotion, Online Customer Review, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Keranjang Kuning Pada Aplikasi Tiktok. *Jurnal Edueco*, 6(1). <https://doi.org/10.36277/edueco.v6i1.152>
- Elida, Tety., & Rharjo, A. (n.d.). PEMASARAN.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 470/WM.H16/SK.CP/2024

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Angelina Yetrini Narang
NIM : 32120048
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Dosen Pembimbing : 1. Maria A. L. Amaral, SE, MM
2. Apryanus Fallo, SE, MM
Judul Skripsi : **Pengaruh Online Customer Review, Sales Promotion dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Mattedorable Lip Cream Di Toko Mutiara Cosmetics Kupang**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **24 (Dua Puluh Empat) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 20 Mei 2024

Kepala UPT Perpustakaan,



Silvester Suhendra, S.Ptk