

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. A. dan Lucky R. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan *Online Customer Review* Terhadap Minat beli Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. 3(2).
- Andono, B., & Ihza Maulana, Y. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat beli Melalui *Online Travel Agent* Traveloka (Studi pada Konsumen di Lingkungan Mahasiswa STTKD). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 62–72. <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V15i1.570>.
- Arif, M. dan Sufitri M. S. (2020). Pengaruh *Country Origin*, *Brand Image*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli Makanan pada Aplikasi Grab di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada Masa Pandemi Covid-19. *Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora*.
- Commer, P. J., Sci, S., Saleem, A., & Ellahi, A. (2017). *Influence of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention of Fashion Products on Social Networking Websites*. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 11(2), 597–622.
- Damayanti Geraldine, A. L., & Anisa, F. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Online Customer Review*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2(2), 139–149. <https://doi.org/10.31603/Bmar.V2i2.6963>.
- Dharmmest, B. S., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE-YOGYAKARTA.
- Dewi, N. A., Sudarwati, dan Supawi P. (2022). Pengaruh Citra Merek, *Online Customer Review*, dan *Rating* Terhadap Minat beli pada Aplikasi Shopee di Solo.
- Hartanto, R. (2019). *Brand and Personal Branding*. Bekasi: Denokan Pustaka.
- Havidez, H. B. H. dan M. Rizky M. 2020. *Brand Image and Purchasing Intention: Analysis of Price Perception and Promotion (Literature Review of Marketing Management)*. Dijefa. 1(4).
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh *Viral Marketing*, *Online Consumer Reviews* dan Harga Terhadap Minat beli Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 6(3).
- Ika Sugiarti, D., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh *Consumer Review* Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko *Online* Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962. <https://doi.org/10.36418/Jurnalsostech.V1i9.195>.
- Kamalul Ariffin, S., Mohan, T., & Goh, Y. N. (2018). *Influence of Consumers, Perceived Risk on Consumers, and Online Purchase Intention*. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 12(3).
- Kamanda, S. V. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Price* Terhadap Minat beli Air Minum Merek Sanford (Studi pada Pelanggan Sinar Mart Jalan R Soeprapto Batam). *Jurnal As-Said*. 1(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=TA3OoQEACAAJ>.

- Kotler, P., dan K. L. Keller. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education Limited. Harlow.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Lapian, M. D. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk, dan Kualitas Terhadap Minat beli *Handphone* Samsung pada Seluruh Gerai-gerai Seluler di IT Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.
- Mahat, F., D. Abdullah, K. A. Bahari, N. C. Azmi, S. B. M. Kamal, dan N. Zaino. (2020). *Conceptual Model of Online Hotel Booking: The Role of Online Review and Online Trust Towards Online Booking Intention*. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*. 4.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat beli pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) *Mart* Banjaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 11(3).
- Mudrajad Kuncoro. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Edisi 4).
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Trust* sebagai Intervening pada Toko *Online* Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*. 9(2).
- Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat beli (Studi pada Konsumen Busana Muslim Merek Maliqa). *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 113–126.
- Puspitasari, D., & Marlana, N. (2021). *Beauty Vlogger* Sebagai Moderasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat beli Kosmetik Wardah di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1335–1341. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/39696%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>.
- Rahmawati, A. W., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, *Online Customer Review* dan *E-Trust* Terhadap Minat beli pada *Marketplace* Shopee. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1030–1043. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i4.1055>.
- Pandiangan, K., Masiyono, dan Yugi D. A. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. 2(4).
- Pradana, D., Syarifah H., dan Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Minat beli Motor. *Kinerja*. 14(1).
- Priangga, I., dan Fansuri M. (2021). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat beli di *Marketplace* Lazada (Studi pada Mahasiswa di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi*. 19(2).
- Ramadhana, R. dan Monry F. N. G. R. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* Terhadap Minat beli pada *Marketplace*. Seminar Nasional *Digital Learning Merdeka Belajar Kampus Merdeka: Strategi dan Inovasi Pembelajaran*.
- Sari, A. P., Ichsanudin, dan Sihit Ratnanto. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Online*

- Customer Review*, dan Harga Terhadap Minat beli pada *Marketplace* Shopee. Senmea.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Susanti, Hardi M., dan Abd. Rasyid S. (2021). Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Minat beli Pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Thomas, M. J., Wirtz, B. W., & Weyerer, J. C. (2019). *Determinants of Online Review Credibility and its Impact on Consumers Purchase intention*. *Journal of Electronic Commerce Research*. 20(1).
- Welsa, H., Putri D. C., dan Muhammad Alfian. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Social Media Marketing*, dan Kemudahan Terhadap Minat beli secara *Online* melalui *Marketplace*. *Jurnal Manajemen*. 14(2).
- Yudiana, I. M. dan Ni Luh P. I. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Minat beli Kembali di Bale Ayu Denpasar. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*. 21(1).

