

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., dan Biel, A. L. 2009. , *"Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand"*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Agatha, C., Tumbel, A., Soepeno, D., Sam, U., & Manado, R. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado. Jurnal EMBA*, 7(1), 131–140.
- Astuti, Miguna dan Nurhafifah Matondang. 2020. *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media* (R. H. M. Meutia (ed.); keempat). Buku Pendidikan Deepublish.
- Elwalda, A., Lü, K., dan Ali, M. 2016. *"Perceived Derived Attributes Of Online Customer Reviews"*. *Computers in Human Behavior*, 56(0), 306–319.
- Fauzi, S., dan Lina, L. F. 2021. *"Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce"*. *JURNAL MUHAMMADIYAN MANAJEMEN BISNIS*, 2(1), 22.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, Algi. 2022. *Menciptakan Minat Beli Konsumen melalui Brand Ambassador, Promosi dan Kualitas Layanan pada Marketplace Tokopedia. PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ESA UNGGUL*, 2016, 1.
- Ghoni, M. A., dan Soliha, E. 2022. *"Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee"*. *Mirai Manajemen*, 4(4), 15.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut: Word of Mouth Marketing* (P. Mana (ed.)). Media Pressindo.
- Kamila, dan Hartono, B. 2022. *"Pengaruh Kualitas Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse (Studi Pada Mahasiswa Kota Bogor Yang Menggunakan Produk Sepatu Converse)"*. *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 402.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2012a. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (Edisi Pert). Pearson Education Asia dan Andi.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2012b. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited Lind, D. A., Marchal.

- Maha, D. A. 2022. *Pengaruh Brand Image, Label Halal dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Produk MS GLOW pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. UMSU REPOSITORY, 69.
- Mo, Z., Li, Y.-F., dan Fan, P. 2015. "Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior". *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424.
- Ratnasari, E., Hidayat, R. M., dan Arifin, M. H. 2022. "Pengaruh Citra Merek dan Online Customer Review terhadap Minat Beli Konsumen pada Marketplace Shopee (Studi pada Pengguna Shopee di Banjarmasin)". *Smart Business Journal*, 2(2).
- Rinaja, A. F., dkk. 2022. "Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth and Price Consciousness terhadap Minat Beli di Shopee". *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 435–448.
- Silvana, A. 2019. *Pengaruh Celebrity Endorse dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik “Maybelline” di Universitas Muhammadiyah Malang)*. UMM INSTITUTIONAL REPOSITORY, 1.
- Surachman, Surjaatmadja. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek: Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan*. Bayumedia Publishing.
- Syarifah, E., dan Karyaningsih. 2021. "Pengaruh Online Customer Review Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Lazada". *YUME : Journal of Management*, 4(1), 237.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran* (Edisi 1). andi offset.
- Vincenzo, E.V., dkk. 2010. *Handbook of Partial Least Square: Concepts, Methods and Application*, New York: Springer-Verlag Berlin Heiderberg.