

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D., & Biel, A. L. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH. 6, 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prenhalindo.
- Assauri, & Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Damayanti, R. S. (n.d.). (2019). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW AND RATING, E-SERVICE QUALITY DAN PRICE TERHADAP MINAT BELI PADA ONLINE MARKETPLACE SHOPEE (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang)*.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. (2016). *Pengaruh online customer review rating terhadap kepercayaan place di indonesia*.
- Farki, A. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*.
- Farzin, M., & Fattahi, M. (2018). eWOM through social networking sites and impact on purchase intention and brand image in Iran. *Journal of Advances in Management Research*, 15(2).
- Febriana, Nurul Fazira (2022) *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pada Masyarakat Surabaya Barat)*. Bachelor (S1) thesis, Wijaya Kusuma Surabaya University.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Filieri, R. (2014). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM.

Journal of Business Research.

Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL, PLS*. Luxima Metro Media.

Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Grasindo.

K, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1 (ketiga bel)*. Erlangga. Kapferer, J. (2008). *The Strategic Brand Management*. Kogan Page.

Khammash, M. (2008). *Electronic word-of-mouth: antecedents of reading customer reviews in online opinion platforms: a case from the UK market*. University of Manchester.

Kotler, philip and Keller, K. lane. (2009). *Manajemen Pemasaran (13 J)*. Erlangga.

Li, N., & Zhang, P. (2002). *Consumer Online Shopping attitudes and behavior*. an assessment of research.

Mursid, M. (2010). *Manajemen Pemasaran*.

Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*.

Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen (Edisi 7)*. Indeks. Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia Group.

Suciningtyas, W., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2012). Management Analysis Journal PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN MEDIA COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Management Analysis Journal*, 1(1).
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Sujarweni, V. W. (2019). *Metode Penelitian Bisnis&Ekonomi*. Pustakabaru Press.

Sutama. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan R&D*. Fairuz Media.

Syah & Indriani (2020) DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT

Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli
Konsumen Pada Produk Kosmetik. (Studi Kasus pada Pengguna
Famaledaily Indonesia).

Yohanes P S. (2006). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Mie
Instan: Pop Mie*.

Yulia, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Buku Manajemen
Pemasaran_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).

