

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, & A. David. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek* (Alih bahasa oleh Aris Ananda, Ed.). Mitra Utama.
- Amalia Riyanjaya, N., & Andarini, S. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee*.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan, Ed.; Jilid I). Penerbit Prenhalindo.
- Ananda Haniscara, N., & Saino. (2021). *Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya*.
- Arbaini, P., Wahab, Z., & Widiyanti, M. (2020). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia* (Vol. 7, Issue 1). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Daulay, & Nuraini. (2020). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace shopee (studi pada masyarakat kecamatan medan labuhan)*.
- Engel, Blackwell, & Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Farhan Hasrul, A., Sembiring, R., & Korespondensi, P. (2021). *Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia* (Vol. 2).
- Foeh, J. E. H. J., Thifal, R., Aini, N., & Penulis, K. (2023). *Pengaruh Periklanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Produk Teh Botol Sosro di Tokma Cibitung (Studi Kajian Pustaka)*. 4(3). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3>
- Gabriela, Y., Yoshuab, & Mulyandi. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce*. 1(1).
- Ghozali, I. (2008). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_ (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.

- \_\_\_\_\_ (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_ (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.
- Hamdan, O., Zhen, B. H., Alkharabsheh, M., & Ho Zhen, B. (2021). *The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/combines>
- Hudson, & Matthew. (2020). *What is Social Media?* The Balance . <http://www.thebalancesmb.com/what-is-social-media-2890301>
- Kojongian, R., Lapian, J., Tawas, H., Magister, P., Fakutas, M., Dan, E., Universitas, B., & Ratulangi, S. (2019). *Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi Manado*.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- \_\_\_\_\_ (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke 13). Erlangga.
- \_\_\_\_\_ (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1). Erlangga.
- \_\_\_\_\_ (2013). *Manajemen Pemasaran* (Jilid Kedua). Erlangga.
- Lidwina, & Andrea. (2020). *Covid-19 dari wabah jadi Pandemi*. Kata Data. <https://katadata.co.id/infografik/2020/03/16/Covid-19-dari-wabah-jadipandemi>
- Lidyawatie. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. . Alfabeta.
- Manajemen, J., Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). *Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion*. JURNAL MANAJEMEN, 12(2), 288–298. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen>
- Reiga Ritomiea Ariescy, E. E. Y. A. R. A. R. I. (2019). *Pengaruh Iklan Hijau Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades Di Kabupaten Jember*.
- Rr Irish Reza Meidhiyanti. (2020). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Online Customer Review and Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening*.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* . Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* . Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* . Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* PT Alfabet.
- \_\_\_\_\_ (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2013b). *Statiastika Untuk Penelitian, Cetakan Keenam. Bandung : Alfabeta.*
- Suheri, A., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). *The Influence of Advertising Attractiveness and Brand Image on Purchase Intention and Its Impact on Airline Purchasing Decisions Sriwijaya Air.*
- Tangka, G., Tawas, H., Dotulong, L., Christine Tangka, (2022). *Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsrat Angkatan 2018*
- Ur Rehman, F., Nawaz, T., Khan, A., & Hyder, S. (2014). How Advertising Affects the Buying Behavior of Consumers in Rural Areas: A Case of Pakistan. *Academic Research International*, 5(4).  
www.savap.org.pk405www.journals.savap.org.pk
- Zhahir, B., & Bioma, W. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sepeda Motor Yamaha NMAX (Studi kasus pada Dealer Yamaha Bahana Pekalongan).*