

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. dan A. L. Biel. 2009. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Adoe, V. S., M. Yusfiana, A. Diana, R. Lubis, dan M. Harahap. 2022. *Buku Ajar E-Commerce*. Feniks Muda Sejahtera
- Andono, B., dan Maulana, Y. I. 2022. Pengaruh Brand Image dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Travel Agent Traveloka (Studi pada konsumen di lingkungan mahasiswa STTKD). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 62-72.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Amelia, R. D., M. Michael, dan R. Mulyandi. 2021. Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274-280.
- Ananda dan H. Wandebori. 2016. The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vloger on YouTube towards Purchase Intention by Undergraduate Student in Indonesia. *Journal Internasional Conference on Ethics of Business, Economic and Social Science*, Vol.58, No.1.
- Banjarnahor, A. R., B. Purba, A. Sudarso, S. H. Sahir, R. N. Munthe, dan I. Kato. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Cahya, A. D. dan R. E. Prabowo. 2023. Pengaruh Promosi, Online Consumer Review, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Jawa Tengah). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*. 4(5): 5667-5677.
- Daffaputra, I., A. Fauziah, dan I. Yusup. 2023. Analisis Online Customer Review dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nouve Indonesia Pada Ecommerce Shopee. *SEIKO: Journal of Management dan Business*. 6(2): 246-248.

- Dedhy Pradana, S. H. 2017. Pengaruh Harga Kualitas Produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 18.
- Farki. A, I. Baihaqi, dan B. M. Wibawa. 2016. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknis Institut Teknologi Surabaya*, 5 (2): 2301-9271.
- Ghoni, M. A. dan E. Soliha. 2022. Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*. 7(2): 14-22.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro. Yogyakarta.
- _____. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP. Semarang.
- Hartanto, B dan L. Indriyani. 2022. *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. Padang.
- Hidayati, N. L. 2018. Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).
- Kotler, P. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P dan G. Armstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.
- Kotler, P dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Erlangga. Jakarta.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar. Sukabumi.

- Lupiyoadi, R. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta
- Pradana, D., S. Hidayah, dan R. Rahmawati. 2017. Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16-23.
- Rahmawati, A. I. 2022. Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18-23.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Indeks. Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sujarweni, V. W. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Sunyoto, D. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS. Yogyakarta
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan A. Diana. 2020. *Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Deepublish. Yogyakarta.
- Wisnawa, I. M. B., I. W. Kartimin, dan N. M. Hartini. 2022. *Brand dan E-Marketing Pariwisata*. Deepublish. Yogyakarta.
- Yanto, A. F. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan pembelian produk kartu seluler indosat. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 13(1).

Yunita, P. dan L. Indriyatni. 2022. Pengaruh brand image, daya tarik iklan, dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian MS Glow (Studi kasus pada pelanggan MS Glow Kota Semarang). *In Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5.

