

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel. 2009. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Hillsdale.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Alfian, M. (2016). Skripsi. Efektivitas peningkatan vo2max dengan metode kontinyu dan fartlek pada atlet sekolah sepakbola matra utama tahun 2016. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta
- Arianto, Nurmin; Difa, S.A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property, *Jurnal Disrupsi Bisnis: Vol. 3, No.2*.
- Atika, i. (2017). Pengaruh kualitas produk pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah pada bmt mitra khazanah palembang.(doctoral dissertation, Uin Raden Fatah Palembang).
- Atmoko, W. B., & Budiadi, N. A. (2017). Kekuatan Harga Dalam Membentuk Niat Berobat Ulang Di Rumah Sakit [The Power of Price in Forming an Intention to Return to a Hospital]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 12(1), 1-18.
- Bastien, V. And Kapferer, J. N. (2016). *More On Luxury Anti-Laws Of Marketing, In Luxury Marketing: A Challenge For Theory And Practice*. Doi: 10.1007/978-3-8349-4399-6_2.
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam. *Jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis triangle*, 1(2), 356-370.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods (12th ed.)*. McGraw-Hill.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. US: SAGE Publications.
- Damayanti, R. S. (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). In *UMMagelang Conference Series* (pp. 684-693).

- Datya, A., & Dewi, W. (2017). Analisis E-WOM (Electronic Word of Mouth) bagi Konsumen dalam Pembelian Notebook di Situs Belanja Online. *AITI*, 14(1), 57-74.
- Durianto, Darmadi (2013). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Erlitna, K. G & Soesanto, H., 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Positive Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), pp. 1-15.
- Farasila, I., & Pradekso, T. (2020). Hubungan Terpaan Iklan Pada Akun Instagram @sociolla dan Terpaan Online customer review Pada Sociolla Connect dengan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Sociolla. *Interaksi Online*, 8(4), 133-141.
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. 8(1), 37–44.
- Firmansyah, Muhammad. 2019. Pemasaran Produk dan Merek. Muhammadiyah University of Surabaya. Surabaya.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS edisi III. In Semarang: Badan Penerbit UNDIP. <https://doi.org/10.1016/j.o000.2017.11.003>.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi Kesembilan. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Robby. 2021 “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen Umkm Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau” Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Habibah, Sumiati. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 1, No 1
- Hasyim, M. A., Fauzi, A., & Fanani, D. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Jurusan Administrasi
Bisnis Angkatan 2014/2015/2016 Pembeli *Handphone* Samsung Galaxy).
Jurnal Administrasi Bisnis.

Hasan, Ali. (2013:173). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.

Hendro. *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2011.

Hidayati, N., & Yuliandani, L. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 12(1), 65-76.

Indika, D. R.; Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 1, No. 1, Hal. 25-32.

Insani, Erlang Prima. (2013). "Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Website Resmi PT. KAI." *Sains. Pemasaran Indonesia*.

Ichsan, M., Jumhur, H. M., Hum, M., & Dharmoputra, I. S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta *Effect of Consumer Online Rating and Review To Buying. E-Proceeding of Management*, 5(2), 1828–1835.

Johan, Suwinto. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Kaveh, Mojtaba. 2012. Role of Trust in Explaining Repurchase Intention. *African Journal of Business Management*, 6 (14), pp. 5014-5025.

Kotler Philip, Kevin Lane Keller .(2016). *Marketing Management*. Edisi 13. Jilid 2. Edition : Pearson Prentice.

Kotler, P. & Keller, K., 2016. *A framework for marketing management*. 6th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 139-154.

- Lee, E.-J. & Shin, S. Y. (2014). When do consumers buy online product reviews Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. *Computers in Human Behavior*, 31, 356–366.
- Leksono, R. B. & Herwin, 2017. Pengaruh Harga dan Promosi Grab terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, Oktober, 2(3), pp. 381 -390.
- Luo, C., Luo, X., Xu, Y., Warkentin, M., & Sia, C.L. (2015). Examining the moderating role of sense of membership in online review evaluations. *Journal of Information Management*, 52(3), 305– 316.
- Martono, M., dan S. R Iriani. (2015). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 2, pp. 687-699
- Megawati, Nana. 2018. “Pengaruh Online customer review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian pada Online Shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada pada Mahasiswa Feb Unila)” Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)* Vol. 2 Issue 1
- Nugraheni, D. P. & Dwiyanto, B. M., 2016. Pengaruh Citra Merek, Presepsi Harga dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), pp. 1 -13. Offset, Yogyakarta.
- Pane, H.D & Purba Tiurniari, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di Situs E-commerce Bukalapak, *Jurnal Ilmiah Kohesi*, vol.4 no.3.
- Putri, A. D. E., & Ramli, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Pada Produk Kosmetik Wardah. *IX(1)*, 11–21.
- Prawirosentono, Suryadi. (2011). *Kinerja*. Bandung: Alfabeta
- Rahayu, R. T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Online Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. *Jurnal Muamalah Nstitut Agama Islam Negeri Ponorogo*.

- Sanad, Ahmad. 2018 “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Local Brand Pada Produk Fashion (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)” Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sari S, 2019, Pengaruh Kelompok Referensi, Online customer review Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Generasi Milenial Natasha Skin Clinic Center), Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Sarmis, Novita. (2020). “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Rating* Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya”. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 9 No. 1.
- Satria, A.A. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol 2, no 1.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, D. Y. (2020). *Company profile sebuah hotel melalui online review menggunakan text summarization* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (2021). Analisis pengaruh customer review dan customer rating terhadap keputusan pembelian produk di online marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Sidabutar, Arin. 2019 “Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Korea Etude House (Studi : Pengguna Kosmetik Etude House di Kota Medan)” Medan: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suma, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan media sosial terhadap minat beli di e-commerce shopee (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas sam ratulangi manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 304-313.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet :Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thamrin. 2003. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tilaar.F, S.L.H.V.J.Lapian., & F.Roring. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe secara Online pada Anggota Pemuda GMIM Zaitun Mahakeret. *Jurnal EMBA*, 6(4), 10.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Pelayanan, Kualitas & Kepuasan*. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan tesis Bisnis (kedua)*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Usboko, Maria. 2018 “Pengaruh Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)” Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Utami, Ruri Putri.(2017). “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan.” *Jurnal Niagawan*.
- Uswatun Hasanah, H. (2018). *Pengaruh KualitasProduk dan Harga Terhadap Minat Beli pada Toko Ken's Bakery di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur (Doctoral dissertation, IAIN Palopo)*.
- Wibowo, A. (2015). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 71-88.
- Wijaya, F. A., & Sugiaharto, S. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel*

- Widarjono, A. (2010). Analisis Statistika Multivariat Terapan dilengkapi Aplikasi SPSS AMOS (Pertama). Yogyakarta : STIM YKPN.
- Wulandari, Ni Made Rahayu & I Ketut Nurcahya. (2015). “Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoodi Kota Denpasar,” E-Jurnal Manajemen Unud, 3909-3935.
- Xie, K. L., Chen, C., & Wu, S. (2016). *Online Consumer Review Factors Affecting Offline Hotel Popularity: Evidence from Tripadvisor. Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(2), 211–223. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1050538>