

DAFTAR PUSTAKA

- Adaby, O. C., & Nurhadi. 2022. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, Vol.12, No.1: 35-46.
- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. 2022. Pengaruh Brand Ambassador dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business dan Economics*, Vol.1, No.2: 36-44.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. 2022. Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, Vol.11, No.2: 228-241.
- Daga, R. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa, Sulawesi Selatan: Global Research And Consulting Institute.
- Dwidienawati, D. et al. 2020. Customer review or influence endorsement: which one influences purchase intention more?. *Heliyon*, 1-11.
- Febrian, F. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, Vol.13, No.1: 41-55.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gayang, M. T., & Ritonga, W. 2021. Pengaruh Harga dan Customer Review Terhadap Minat Beli The Gelas pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen Strategi*, Vol.4, No.2: 373-380.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol.4, No.3: 415-424.
- Hardani, S. et al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarto, L. 2020. Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, Vol.9, No.2: 234-239.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Motivasi Berbelanja di Marketplace Shopee*. Mojokerto: Nusa Investama.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis - untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Josal, K. 2019. The Effect Product, Price, And Promotion Towards Purchase Intention Of Convo. *The 6th International Conference on Intrepreneurship*, 106-111.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Lea-Greenwood, G. 2012. *Fashion Marketing Communications*. Wiley.
- Mahendra, R. R. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk FELLAS.CO. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, Vol.6, No. 3: 255-264.
- Maulana, Y. S., & Alisha. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8. 86-91.
- Megawati, N. S. (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). *Universitas Lampung*.

Muali, M. R., & Zulfebriges. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Rating Media Online Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Brand Erigo. *Bandung Conference Series: Communication Management*, Vol. 2, No.1: 333-337.

Musnaini, Junita, A., Wijoyo, H., & Indrawan, I. 2020. *Digital Business*. Banyumas: Pena Persada.

Nasution, A. D. 2021. Promosi dan E-Commerce yang Mengantarkan Erigo dari Depok New York. <https://katadata.co.id/ameidyonasution/brand/613e0b88a667b/promosi-dan-e-commerce-yang-mengantarkan-erigo-dari-depok-ke-new-york>. Diakses tanggal 27 September 2022.

Naurah, N. (2022). 5 Website E-commerce Terpopuler di Indonesia 2022. <https://goodstats.id/article/5-website-e-commerce-terpopuler-di-indonesia-2022-JJvgW>. Diakses tanggal 27 September 2022

Ningsih, C. S., & Anah, L. 2021. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Hasyim Asy'ari Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, Vol.3, No.2: 165-184.

Prakoso, O. T., Asiyah, S., & ABS, M. K. 2021. Pengaruh Online Customer Review, Rating Toko dan Harga Terhadap Minat Pembelian Di Shopee. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 37-48.

Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.11, No.1: 32-46.

Putri, L., & Wandebori, H. 2016. Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 255-263.

Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. 2022. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.3 No.5: 909-926.

- Romindo, et al. 2019. *E-commerce - Implementasi, Strategi & Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Rosmelina, & Simbolon, R. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen : Studi Kasus Di Universitas Advent Indonesia. *Intelektiva*, Vol.3, No.9: 75-86.
- Saputro, A., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-8.
- Sari, P. D., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. 2020. Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *Prosding Biema*, Vol.1: 727-738.
- Satriadi, et al. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Selemparan. 2021. Erigo. <https://selemparan.com/general/erigo/133>. Diakses tanggal 25 September 2022.
- Setyo, P. E. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autowork". *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol:1, No.6: 755-764.
- Shimp, T. A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shopee. 2022. Tentang Shopee. <https://careers.shopee.co.id> . Diakses tanggal 15 Desember 2022.
- Siregar, S. 2015. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2016. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Dan Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Universitas Muria Kudus. 2021. Pedoman Penyusunan Skripsi Prodi Manajemen FEB UMK. Kudus: Universitas Muris Kudus

Yustiana, C., & Jamiat, N. 2021. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Segmentasi Pria di Indonesia. *e-Proceeding of Management*, Vol.8, No.2: 1235-1243.

