

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2015. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Ke-5. Jakarta: Erlangga.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated Marketing Communications*. Boston: Nelson Education
- Afifuddin Dan Beni Ahmad Saebani (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardha, B., & R, D. A. (2022). Analisis Komunitas Virtual Brand Tory Burch Lovers Indonesia Di Facebook Dalam Proses Keputusan Pembelian Tas. *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 2(2), 9–16 <https://doi.org/10.30998/G.V2i2.1223>
- Anggi, W. M. I. (2021). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan, Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Kai (Persero) Daop Ix Jember*. 2016, 8–45.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop. *Jurnal Technobiz*, 6(2), 86–96.
- Azahra, Hadita., History, A., Pembelian, K., Beli, M., & Intention, P. (2023). *Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi*. 2.
- Azis, E., & Ali, H. (2023). Literature Review Purchasing Decisions : Price Analysis , Online Consumer Reviews And Consumer Trust. *International Journal Of Advanced Multidisciplinary*, 2(3), 772–781.
- Azwar, Saifudin. 2017. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bernartdictus Fandinata Candra, Gede Suparna (2019). Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Niat Beli.
- Dancer, H., Filieri, R., & Grundy, D. (2014). Ewom In Online Customer Support Communities: Key Variables In Information Quality And Source Credibility. *Journal Of Direct, Data And Digital Marketing Practice*. <https://doi.org/10.1057/Dddmp.2014.21>

- Dwinanda, S., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada Generasi Y. *Jurnal Semarak*, 4(2), 98–104. <https://doi.org/10.32493/Smk.V4i2.10994>
- Fandy Tjiptono. (2019). Pengertian Kepuasan Menurut Lovelock Dan Wirtz Dikutip Oleh Fandy Tjiptono. *Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). *Pengaruh Online Consumer Review , Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(1), 48–64.
- Febriyani, D. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa Ust Yogyakarta Pengguna Zalora. *Journal Of Chemical Information And Modeling*
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2015). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem): An Emerging Tool In Business Research. In *European Business Review* (Vol. 26, Issue 2). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/Ebr-10-2013-0128>
- Handayani. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Cv. Pustaka Ilmu.
- Harahap, L. K. (2019). Analisis Sem (Structural Equation Modelling) Dengan Smartpls (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hariadi, R. D., & Sulistiono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Situs Website, Kepercayaan Konsumen, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Jual Beli Online Olx. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.37641/Jikes.V1i1.402>
- Kertamukti, R (2015). Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Kotler Philip., Kevin Lane Keller., 2014., Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13, Jilid 1&2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2019). Marketing Management. India: Pearson.
- Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip Dan Gary Amstrong.(2019). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi13
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: Pt. Indeks.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2019). Manajemen Pemasaran Edisi Ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect Of Online Reviews On Consumer Purchase Behavior. *Journal Of Service Science And Management*, 08(03), 419–424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
- Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado. *Jurnal Emba*, 2(3), 1792–1802.
- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh Review Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Prinsip-Prinsip Pemasaran Dalam Dunia Bisnis. (2024). (N.P.): Cv. Intelektual Manifes Media.
- Rafqi Ilhamalimy, R., & Ali, H. (2021). Model Perceived Risk And Trust: E-Wom And Purchase Intention (The Role Of Trust Mediating In Online Shopping In Shopee Indonesia). *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 2(2), 204–221. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.V2i2.651>
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal Of Social Science And Business*, 2(3), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.V2i3.16240>
- Santoso, S. (2014). Statistik Multivariat Edisi Revisi. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sopia Eldawati, Bakkareng (2022). Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan

Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi Kasus Pada Cv Alzaid Futniture Kabupaten Pesisir Selatan. 4(1), 39–52.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif (2018th Ed.). Alfabeta.

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabet

Syahrudin, -, & Karim, A. (2019). *The Effect Of “Axis Hits Bonus” Version Tagline Advertising And Ambassador Brand Against Axis Cards Awareness*. 145(Icebm 2019), 478–484. <https://doi.org/10.2991/1cmemm-18.2019.13>

V. Wiratna Sujarweni. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustakabarupress.

