

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. 2018 *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Mitra Utama
- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). *The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City*. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU), 8(3), 496-507.
- Andrews, J. Craig., Shimp, Terence A. (2018). *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications, Edisi: 10*, United States of America: Cengage Learning.
- Aniek Rumijati dkk. (2020). *Kemandirian Ekonomi dan Bisnis Indonesia Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0*. Malang : UMM Press.
- Arbani Pratiwi dkk.. 2020. *Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia*. Palembang: Universitas Sriwijaya Palembang.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Banjarnahor, et al. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Darma, B. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)*. Jawa Barat: Guepedia.
- Depari, G. S., & Ginting, N. (2022). *the Influence of Online Customer Review and Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision At Lazada Online Retail Company*. Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen), 15(1), 1.
- Desak Putu, Ni Wayan, I Gusti, S. (2021). *Pengaruh Brand Trust, Service Quality Dan Customer Satisfaction Pada Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Denpasar)*. *Pengaruh Brand Trust, Service Quality Dan Customer Satisfaction Pada Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Denpasar)*, 2, 18
- Dewi, et al. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia*. SHS Web of Conferences, 76, 01023. SHS Web of Conferences, 76, 01023.

- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., Gandasari, D., & Munawaroh. (2020). *Customer review or influencer endorsement: which one influences purchase intention more? Heliyon*, 6(11), 1–11.
- Fajarini Agustina, Lista Meria. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Klinik Kecantikan Beauty Inc)*. Jakarta: Universitas Esa Unggul
- Firmansyah. 2019. *Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama*, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Fuji Restu Wulan, dkk. 2020. *Analisis Iklan Ruang Guru Dan Brand Ambassador Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pengguna Ruang Guru*. Sukabumi: Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gima Sugiana dan Emmanuel Febiano. (2017). *Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung)*. Jurnal Manajemen Maranatha. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14.
- Hartanto, Bobby & Indriyani, Leni. (2022). *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hasrul, A., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). *Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia*. Korelasi. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi. Fakultas Ekonmi Dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, 2(1), 1352–1365.
- Hidayati, Nurul. 2018. *Pengaruh Bauran Promosi (Promotional Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Kit Kat (Studi Kasus Di Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau)*. Thesis. Universitas Brawijaya.
- Juliana, S. (2019). *Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat beli*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, (Online), 12. (<http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>), diakses 26 April 2020.
- Keller, K. L. & Kotler, P.,(2019). *Marketing Management.Edisi 13*. Jilid 2. Prenhalindo. Jakarta
- Kertamukti, R (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12.Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran*. Jakarta: Erlangga.

Latifa Putri , Harimukti Wandebori. 2016. *Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review*. Bandung: ITB.

Livia Nita Karina Pasi dkk. 2021. *Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Melinda Oktaviany,; Vera, Nawiroh. *The Effect Of Citra Kirana Brand Ambassador On Consumer Confidence On Kiranti's Product Hoax Information In Social Media*. Metakom, 2019, 3.1.

Novitasari, D., & Sari (2020). *Peran Kesiapan untuk Berubah terhadap Kinerja Guru di Masa Pandemi Covid-19*. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 1(2), 219–237.

Nurhanisah, Y. (2023). *Negara Penghasil Kopi Terbesar*. <https://indonesiabaik.id/infografis/negara-penghasil-kopiterbesar#:~:text=>  
Berdasarkan data dari Departemen Pertanian,dunia setelah Brazil%2C dan Vietnam.

Nurhasanah et al. (2021). *Analisis Diskriminan dalam Menentukan Fungsi Pengelompokan Kabupaten/Kota di Indonesia berdasarkan Indikator Indeks Pembangunan Manusia*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi* Vol, 5(1).

Nur, Kamisa. dkk. 2022. *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung)*. Lampung: Universitas Teknokrat Indonesia.

Nyana Putu Narayan Asta, dkk. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Panak Id Dengan Strategi Pengembangan Ambassador Sebagai Variabel Intervening*. Bali: Politeknik Negeri Bali.

Priansa Donni. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.

Putri Vania Dwi Alfiana, & Suasana I Agung Ketut Gede. 2018. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Starbucks Coffee*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 7, No. 1, 2018:470-496.

Ridwan, M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). *How Trust and Quality of Information Affect Buying Interest and Purchasing Decisions?(Study on Shopee Customers in Samarinda)*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01).

Rosdiana, dkk, 2019. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.

Rossiter, Percy, dan Bergkvist. 2018. *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics, Teller Road Thousand Oaks*, United Kingdom Sage.

Rumijati Aniek dkk. (2020). *Kemandirian Ekonomi dan Bisnis Indonesia Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0*. Malang : UMM Press.

Sugiyono 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto Danang,. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.

Wijaya, RA.2020. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran. No 7 vol.1 .

Yulian, D.T., & Anik, L.A.(2018). *Pengaruh brand awareness, perceived quality, dan kelompok acuan terhadap niat beli Honda PCX 150 (Studi pada komunitas sepeda motor matic di Surabaya pusat)*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3. (Online).