

DAFTAR PUSTAKA

- Afifa, S. N. (2023). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Positioning, dan Brand Image terhadap Loyalitas dengan Brand Satisfaction sebagai Variabel Intervening*. Telkom University.
- Afifatunnisak, N. (2023). *ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, INFLUENCER REVIEW DAN TRUST TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SCARLETT*. Telkom University.
- Agatha, I. F. (2020). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING YOUTUBE, INSTAGRAM, DAN TWITTER TERHADAP BRAND AWARENESS PADA GENERASI Z (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100FM Bandung)*. Telkom University.
- Agustini, Rizal Bakti, & Anisa Olinfia. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Iklan dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE GICI Depok)*.
- Ariyani, H., Widiawati, A., & Asbara, N. W. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MAHASISWA INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS NOBEL INDONESIA*. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver>
- Atma, F. R., Ida Bagus, N. U., & Bernadetta, D. M. (2022). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, WORD OF MOUTH, AND PRICE CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI DI SHOPEE*. *Jurnal Manajemen Sumbe Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9.
- Aulia, R., & Wibowo, S. H. (2022). *Pengaruh faktor-faktor pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada bisnis UMKM di Kabupaten Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 112–124.
- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). *Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar*. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4).
- Basuni, M., Setiadi, R., Fitalisma, G., & Ikhwan, S. (2023). *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada E-Commerce Shoppe* *Analysis of the Influence of Consumer Behavior in Online Purchase Decision Making in Brebes Regency Community on E-Commerce Shoppe* (Vol. 16, Issue 2). <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis> page 1
- Cempaka Paramita, Ilham Maulana, Imam Suroso, & Gusti Ayu Wulandati. (2023). *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen ONLINE CUSTOMER REVIEW, DESAIN PRODUK, DAN SIKAP KONSUMEN SEBAGAI DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SNEAKER LOKAL KEKINIAN*. 17(1), 57–70. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA>

- Dendy Muhammad. (2020). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Di PT. Pandu Persada Bandung 2020*. Telkom University.
- Fadna, A., Bagus, I., & Diansepti, B. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, WORD OF MOUTH, AND PRICE CONSCIOUSNESS TERHADAP MINAT BELI DI SHOPEE. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik*.
- Firda Rona Hafizhoh, Rayhan Gunaningrat, & Khabib Alia Akhmad. (2023). Potongan Harga, Live Streaming, Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 204–219. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2023>
- Ghia, D. R. (2022). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Influencer Review dan Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Skincare Varian Serum Elsheskin*. Telkom University.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. http://slims.umh.ac.id/index.php?p=show_detail&id=19545
- Ghozali, I. (2023). *Aplikasi Analisis Regresi dengan EViews 12* (p. 227). Badan Penerbit Universitas Gunadarma.
- Handayani, S. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumen di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11–12.
- Haqqi, M., & Wijayati, R. (2019). Pengaruh strategi pemasaran media sosial terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 121–132.
- Hasrul, A. F., Baihaqi, I., & Mulia, B. (2021). *Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap purchase intention pada e-commerce traveloka*.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior : building marketing strategy*. McGraw-Hill Irwin.
- Horsfall, D. (2019). Brand awareness: A review of the literature. *Journal of Marketing Management*, 1055–1083.
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (Reguler).
- Johnson, M. D., & Harris, J. L. (2018). Understanding brand awareness: A review of the literature and directions for future research. *Journal of Business Research*, 182–195.
- Kotler P. (2020). *Manajemen Pemasaran: Vol. 2 (2nd ed)* (13th ed.).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). Jakarta Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing (18th ed.)* (18th ed.). Global Edition.

- Muhammad Rizki. (2021). *Pengaruh Green Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Sepatu Converse Renew Canvas (Studi Pada Konsumen Sepatu Converse di Kota Bandung)*. Telkom University.
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Navilah, I. A., Wardani, A. K., P. I. B., A, M. S., & A, P. P. (2023). PENGARUH KOLABORASI SEPATU AEROSTREET TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 1(2), 154–162. <https://doi.org/10.20961/meister.v1i2.773>
- Nursyecha, N., Sapari, Y., & Risnawati, R. (2021). *PENGARUH IKLAN SHOPEE DI TELEVISI DALAM PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS PLATFORM APLIKASI SHOPEE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Survey Eksplanatif pada Mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhamadiyah Cirebon)* (Vol. 9, Issue 1).
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Alamsyah, A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Radittya, M., Fatturrohman, H., & Wijaya, S. (2023). *Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen*. 1(4). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Primadewi, A. (2022). *Pengaruh e-commerce terhadap pergeseran strategi pemasaran di Indonesia*.
- Purnama, E. R., & Putri, N. I. (2021). Pengaruh e-commerce terhadap pangsa pasar UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 1–12.
- Raden, F. F. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN RATING TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI PEMESANAN HOTEL TRAVELOKA (STUDI KASUS: PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @EXPLOREBANDUNG)*. Telkom University.
- Salma, Rusyidah. N. (2023). *PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK SKINTIFIC PADA TIKTOK SHOP INDONESIA*. Telkom University.
- Sidabutar, L. N., Rasyida, M., Evilia, S. T., Sri, W., Pakpahan, A. S., Psikologi, F., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2023). *37 Parade Riset Mahasiswa 2023 Psychological Security Dalam Dinamika Kehidupan Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kepuasan Diri Mahasiswa Saat Berbelanja Online* (Vol. 1, Issue 1).
- Sudarso, A. (2021). Pengaruh e-commerce terhadap minat beli konsumen di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 1–12.
- Sudrajat, Edi. (2023). *Branding di Era 5.0*. Anak Hebat Indonesia.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Syarifah. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Tsimonis, G., & Trimiadis, P. (2015). The impact of social media on marketing communication: A systematic review of the literature. *Computers in Human Behavior*, 193–216.
- Vega Prahasiwi, R. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA WARKOP BREWOK MADIUN*. Telkom Univeristy.
- Widodo, A. (2022). *Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian produk kecantikan di kota Surabaya*.
- Zhabrian, A. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TRANSMART BUAH BATU BANDUNG*. Telkom University.