

DAFTAR PUSTAKA

- Adhini, Annisa Zata, Farida Hanum, Teuku Fahmi, and Teguh Syahputra. 2024. —Analisis Strategi Promosi Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia. *Jurnal Bisnis Corporate* 8 (2): 50–54. <https://doi.org/10.46576/jbc.v8i2.4221>.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Asir, M., Puspitasari, D., Wahab, A., Abduh Anwar, M., & Mere, K. (2023). The Effectiveness Of Using Celebrity Endorsers On Consumer Behavior And Product Purchasing Decisions: Literature Review Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1790–1801. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Damayanti Geraldine, A. L., & Anisa, F. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2(2), 132–142. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6963>
- Dhaefina, Z., Nur, M. A., Sanjaya, V. F., & Artikel, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Image dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Lemonilo pada Media Sosial Intagram. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 43–48.
- Fardiana Putri, Rivani, Elsa Windu Fitriani, and Sri Hardianti Sartika. 2022. —Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2 (5): 213–20. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.185>.
- Fathoni, Rinaldy Achmad Roberth. 2023. —Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Loyalty Pada Produk Fashion: Peran Fashion Innovativeness, Perceived Quality, Dan Brand Love. *Analisis* 13 (1): 92–105. <https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2521>.
- Gabriella, C., & Hutauruk, B. M. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Bekasi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 143–154.
- Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14–22.

- Inayati, K. A., & Wijayanti, R. F. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Online Customer Review terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee. *Aplikasi Bisnis*, 9.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). *TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING* ". 3(1), 1–22.
- Irtanti, W. E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk lipcream pixy. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44.
- Kurnia, U. D., & Krisnawati, W. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Electronic Word of Mouth terhadap Pembelian Erigo di Kabupaten Gresik oleh Generasi Z. *Master : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 3(1), 1– 11.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. 2019. *Principles of Marketing*. 14th ed. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Marketing*. Ke Tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 139–154.
- Lestari, W., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2358–2368. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2306>
- Muhani, & Sabillah, H. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(03), 1114–1127.
- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23. <https://doi.org/10.26877/jibeka.v1i1.3>
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Homepage:*

<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>, 1177, 1–14.
file:///C:/Users/acer/Downloads/Ira.pdf

- Risna, R., Hamid, R. S., & Salju, S. (2020). Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 82–100. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.258>
- Rosita, N. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa*. 04(September), 494–505.
- Sari, Y. R., Harliyani, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.782>
- Sonie Mahendra, & Primasatria Edastama. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 21–28. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v1i2.317>
- Steven, & Rakhman A. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan pembelian Pengguna Online Marketplace Tokopedia. *Global Research on Economy, Business, Communication and Information*, 1(1), 14–23.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, D. T., & Nursiam. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Informasi, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui E-Commerce. *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen*, 160–178.
- Suprpto, Yandi, Liora Madya Elviranita Telaumbanua, Gladys Christiani, and Tesalonika Sembiring. 2023. —Jurnal Mirai Management Analisa Bisnis Internasional Pada Industri Fashion Dalam Perusahaan Erigo. *Jurnal Mirai Management* 8 (1): 179–84.
- Syarifah, I., Azis, A., & Lisdiantini, N. (2022). PENGARUH SOFT SELLING DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6, 48–56.
- Wasil, M., Isnani, U. N., Arumningtias, A., Firmansyah, N., Aprisyah, W., & Mahendra, A. F. (2023). Optimasi Pemasaran Brand Lokal Melalui Platform

E-Commerce. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal Esensi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer*, 7(2), 93–97. <https://doi.org/10.55886/infokom.v7i2>.

