

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Susilawati, A. D. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth Dan Testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah Di Kota Tegal. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/Dialektika.V6i1.470>
- Andono, B., & Ihza Maulana, Y. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA (Studi Pada Konsumen Di Lingkungan Mahasiswa STTKD). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 62–72. <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V15i1.570>
- 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.
- Agustina R (2023) Pengaruh Brandrand Ambasadorbassador, E-Wom, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA Vol.2, No. 1, Maret 2023
- Filiang, R., & Tuti, M. (2023). Pengaruh Preferensi Pelanggan, Lingkungan Fisik, Nilai Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Casual Dining Jakarta. *Panorama Nusantara*, 18(1), 1–14. <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/Panorama>
- Furqon, M. (2022). Erigo Brand Lokal Yang Digemari Para Remaja Kalangan Anak Muda. In Retizen Republika. <https://retizen.republika.co.id/posts/23116/erigo-brandlokal-yang>
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Kandau, M. R., & Munawaroh. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Differentiation Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Erni Dimsum Di Medan Johor. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 547–554.
- Akfinniha, R. 2022. *Pengaruh Duta Merek, Pemasaran Viral, Dan Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Kabupaten Di Sidoarjo. Indonesian Journal Of Law AndeconomicsReview*. Vol 17 ISSN: 2598-9928
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/Mirai/Article/View/696>.

- Mauli, M. R., & Zulfebriges. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Media Online Shopee terhadap Minat Beli Konsumen Brand Erigo. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 333–337. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1840>
- Mayasari, N., & Anasrulloh, M. (2023). PENGARUH HARGA DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA LAYANAN GRABFOOD PADA MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Semester VII Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI). *Jurnal Edueco*, 6(1), 26–36. <https://doi.org/10.36277/edueco.v6i1.147>
- Najwah, J., & Chasanah, A. N. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, 5(2), 1. <https://doi.org/10.61689/bisecer.v5i2.343>
- Badri, J. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang*. Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol 9 No 4 e-ISSN 2580-3743
- Nurhidayati, B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Nadira Hijab Yogyakarta. *J- MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1975. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1471>
- Osak, D. J. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Univers. E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 9.4 (2020):357-380, 9.4, 357–380.
- Ovaliana, W. D., (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Make Over pada Marketplace Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> Papatungan, T., Tamengkel, L. F., &
- ErigoStore.com (2023) Erigo Company Profile
- Pnuindong, A. Y. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Kotamobagu. *Productivity*, 3(2), 181–186.
- Muhammadi, 2023 Pengaruh Online Customer Review Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Padang. Kumpulan Executive Summary Mahasiswa Prodi Manajemen. Vol 22 No 2 ISSN: 1907-6576.
- Puspita. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan E-Commerce Shopee di Kota Denpasar Anak Agung Made Erika Dara Puspita (1) Mirah Ayu Putri Trarintya (2) I Komang Ge. *Studi Manajemen, Program Ekonomi, Fakultas Dan Pariwisata, Bisnis*, 3(6), 1152–1167.

- 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>
- Ramadhan, D. G. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Studi Kasus Arief Muhammad Sebagai Brand Ambassador) Erigo. *EProceedings of Management*, 9(4), 2100–2112.
- Ramadhana, R., & Ratumbuysang, M. F. N. G. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee: Influence Of Online Customer Review On Purchase Decisions On The Marketplace. *Prospek*, 1(1), 157–166. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>
- Nurhayati, S. 2023. Pengaruh Rating Penilaian Dan Ulasan Online Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Penggunaan Toko Online Shopee. *Prima Ekonomika*. Vol.14 No 1. ISSN : 2087-0817
- Hidayah (2023) Menurut Hidayah 2023, Merek fesyen lokal yang jadi favorit masyarakat Indonesia survey Goodstats
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Andri, L., Caesar, Y., Octavia, A., Indrajaya, L., Endraswari, J. I., & Yulia, M. N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E- Commerce Shopee (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(3), 135–147.
- Lorensia. 2022. Pengaruh Kinerja Layanan, Daya Tarik Promosi dan Nolai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Swalayan Garuda Mitra di Pontianak. *Jurnal Bisma*, Vol 7 No 7. ISSN : 3025-9312.
- Amalia, T. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2021), 2022.
- Utami, N., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Remaja Kota Medan). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 41–46.
- Walyoto, S., Sujarwati, S., Manajemen, P., Syariah, B., Uin, F., Mas, R., & Surakarta, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2210–2220. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5958>

- Wardani, I. K., Susanti, Y., Subanti, S., Statistika, P. S., & Maret, U. S. (2021). Pemodelan Indeks Kedalaman Kemiskinan Di Indonesia Menggunakan Analisis Regresi Absolut. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST) 2021*, 15–23.
- Wulandari, C. (2019). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo F3 di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(4), 1–15. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/view/2376/829>
- Sarah. D. 2023. *Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Sales Promotion, Brand Ambassador, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Pada E-Commerce Tokopedia Di Surakarta. Edunomika*. Vol 07 No 02 ISSN 2598-1153.
- SUJARWATI S (2022), Pengaruh Pemasaran Syariah Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, dan Review Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo 2022)
- Yani, T. E., & Kuswardani, D. (2021). Menggali Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian Kembali Pada Pendidikan Tinggi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3), 192. <https://doi.org/10.26623/jreb.v14i3.2831>
- Yudistira W (2022) Analisis Dampak Gratis Ongkir Kirim Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shoppe Vol. 6 No. 1 Januari 2022
- Buku**
- Abarca, R. M. 2021. *Pengertian Keputusan Pembelian. Nuevos sistemas de comunicación e información*: 2013–15.
- Buku Pedoman. 2023. *Pedoman Tugas Akhir Universitas Muhammadiyah Purwokerto*.
- Daga, R. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Sulsel: Global Research and Consulting Institute. Cetakan 1.
- Elliyana, dkk. 2022. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Malang: Ahlimedia Press. Cetakan 1.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media. Cetakan 1.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Desain Penelitian kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hardani dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press. Cetakan 1.
- Kotler, K. L. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Kotler, P., & Keller, K. (2019). *Marketing Management*. Pearson UK.

- Ngatno. 2017. *Manajemen Pemasaaran*. Semarang: EF Press Digimedia. Cetakan 1.
- Nugraha. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management. Cetakan 1.
- Sahir, S., H. 2021. *Metodologi Penelitian*. Jawa Timur: Penerbit KBM Indonesia. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed.)*. Bandung: Penerbit Alfabet
- Surjaweni, W., V. 2019. *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syahza, A. 2021. *Metodologi Penelitian Edisi Revisi Tahun 2021*. Riau: UR Press.

