DAFTAR RUJUKAN

Abel, A.F., 2023. Pengaruh *Online Customer Review, Electronic Word Of*, dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli *Merchandise Lawless* Jakarta (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang). *UNISMA Repository*, p.74.

Aisyah, S. (2024). Pengaruh green product, brand image, dan online customer review pada minat beli ulang produk skincare The Body Shop di Shopee dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya). Tersedia di: https://digilib.uinsa.ac.id/69739/

Andono dan Maulana., 2022. Pengaruh *Brand Image dan Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Online Travelagent* Traveloka (Studi Pada Konsumen Di Lingkungan Mahasiswa Sttkd). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), p.70.

Asmahani, A.A., 2023. Pengaruh *Brand Image, Brand Awareness, dan Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Uniqlo di Yogyakarta. *Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen*, p.8.

Erdiansyah, M. (2025). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada konsumer produk Skintific yang pernah membeli melalui marketplace di Daerah Istimewa Yogyakarta) [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]. *Repository UMY*. https://etd.umy.ac.id/id/eprint/49322/

Ghoni dan Soliha., 2022. Pengaruh *Brand Image, Online Customer Review dan Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), pp.14-22.

Hadi, N. R. C., Karnadi, K., & Praja, Y. (2022). Pengaruh brand image dan trust terhadap minat beli ulang skincare MS Glow melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship* (JME), 1(3), 603-618. https://doi.org/10.36841/jme.v1i3.2026

Hasrul, Suharyati, dan Sembiring., 2021. Analisis Pengaruh *Online Customer Review* dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, pp.1352-65.

Hidayat, YLI, dan Yoestini, Y., 2023. Pengaruh *Brand Image dan Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk Erigo (Studi Pada Generasi Z Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Diponegoro* , [*Online*] *Volume* 12(3).

Ibrahim dan Mamdouh., 2022. *The Impact of Online Customer Reviews (OCRs) On Consumer Purchasing Decision. Arab Journal of Administration*, 2(45), p.239.

Ihzaturrahma, N., dan Kusumawati, N. (2021). *Influence Of Integrated Marketing Communication To Brand Awareness And Brand Image Toward Purchase Intention Of Local Fashion Product*. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 4 (15), 23-41.

Komariyah, D. I. (2022). Pengaruh online customer review dan rating terhadap minat pembelian online Sh (Studi kasus pada santri putri pengguna Seblak Jombang). BIMA: Journal of Business and Innovation Management, 1(3), 91-100. https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/bima/article/view/5551

Kusumawati, ID (2024) "Pengaruh *Brand Image dan Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Lazada: Survey pada Pengguna Lazada di Kabupaten Kuningan", *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis* , 1(1), pp. 10–21.

Mukti, KA, dan Santosa, SB, 2023. Aplikasi Model Sor Pada Analisis Pengaruh *E-Wom* Melalui *Social Media Influencer*, *Celebrity Endorsement*, dan *Customer Review* Terhadap Minat Beli Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada konsumen produk Erigo melalui S-commerce TikTok Shop). *Jurnal Manajemen Diponegoro* , [*Online*] Volume 12(6).

Novitasari, K.I., 2023. Analisis Pengaruh *Customer Service, Online Customer Review*, Media Sosial, dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Malang. *UNISMA Repository*, p.7677.

Nuraeni, I., & Manoarfa, H. (2022). The effect of e-WOM dimensions on online repurchase intention: Survey on Generation Z (12 to 27 years old) of Online Travel Agent users in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI) Journal: Humanities and Social Sciences*, 5(4), 31758-31767. https://www.bircujournal.com/index.php/birci/article/view/7293

Nurhayati, Siti. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* , [Sl], v.4, n. 2 September. 2017.

Oetama, S., 2022. *Influence Of Brand Communication, Brand Image and Brand Trust Through Online Media on Brand Loyalty in E-Commerce. International Journal of Science, Technology & Management*, 3(2), p.509.

Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh review konsumen, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen (Studi pada konsumen Shopee di Semarang). *Diponegoro*

Journal of Management, 10(4), 1-12. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32420

Putri, S. C., dan Nofri, O. (2023). *The Mediation Role Of Brand Image On Effect Of Social Media Marketing And Online Consumer Reviews On Purchase Intention In Generation Z Of Maybelline Users In Makassar City. Study of Scientific and Behavioral Management* (SSBM), 4(1), 1-14.

Qulsum, A., & Siswanto, T. (2022). Pengaruh brand image dan online customer review terhadap minat beli konsumen pada produk Jiniso di Kota Jakarta Selatan (Skripsi, ITB Ahmad Dahlan Jakarta). Tersedia di: https://repository itb-ad.ac.id/id/eprint/561/

Rahman, M.A., 2020. *Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers. Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, XII(III), p.4943.

Rihayana, Salain, Rismawan, dan Antari., 2021. *The Influence Of Brand Image, And Product Quality On Purchase Desicion. International Journal of Business Management and Economic Review*, 4(6), p.38.

Rohmah, Y., & Zagladi, A. N. (2024). Pengaruh citra merek dan ulasan customer online terhadap minat pembelian ulang pada produk Viva Cosmetic di aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 25(1), 45-56. Tersedia di: https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/JOMB/article/view/13326

Rudhyanto, A.V., 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Komsumen pada Superindo Kaliurang Yogyakarta. *stieykpn repository*, p.2.

Safitri, A. N. (2020). Pengaruh brand image, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi* (BISMA), 1(1), 1-10 https://ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/j-mae/article/view/212/0

Stefanus, TA dan Loisa, R. (2022) "Pengaruh *Selebgram Endorser, Online Consumer Review*, dan *Brand Image* terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Brand Byoote)", *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* . Jakarta, Indonesia, 6(6), hal.600–605.

Utomo, Hidayah, 2023. Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating*, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pengguna Layanan Shopee Food Di Kota Magelang). *Business and Economics Conference in Utilization of ModernTechnology*, p.804.

Zebadiah, Mulyati, dan Purnomo (2023) "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Melalui Fitur Tiktok *Shop* Di Pt.

Xyz", *Jurnal Cahaya Mandalika* ISSN 2721-4796 (online). Indonesia, 4(3), pp. 1348-1360.

Zhang, Zheng, dan Wang, 2020. *The study of the effect of online review on purchase behavior. International Journal of Crowd Science*, 4(1), pp.73-86.