

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, R. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image Pada Pt Ahm Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2), 321–332.
- Ali Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*.
- Annuriyah, K., Ermawati, E., & Muttaqien, F. (n.d.). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli pada Toko Meubel See Markonah Lumajang*.
- Bayu Tri Cahya, Dwi Putri Restuti, Aditya Ayu Safitri, & Andri Venio. (2023). Analisis Minat Pembelian Secara Online Ditinjau dari Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kualitas Website (Studi pada Mahasiswa Pengguna shopee.co.id). *Manajemen Dan Bisnis*, 8, 41–52.
- Chen, Y., & Xie, J. (2008). Online consumer reviews: Word-of-mouth as a new element of marketing communication mix. *Management Science*, 54(3), 477–491.
- Cockrill, Antje, Mark M.H., & Goode. (2010). Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke. *The Journal of Product And Brand Management*, 19(5).
- Dyah Kusumawati, & Saifudin. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah*. 6.
- Gabriela, Yoshua, & M. Rachman Mulyandi. (2022). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce*. 1(1).
- Greg Joel, James D.D. Massie, & Jantje L. Sepang. (n.d.). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. *Analisis Perbandingan Kinerja*.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halili Titin Hariyanto, & Lantip Trisunarno. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).
- Handryanus Edwinto Raga, Anak Agung Putu Agung, & Ni Putu Nita Anggraini. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Produk Kuliner Tegal Dadong*. 2.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. PT Raja Grafindo Persada.

- Hatmawan, A. Andhita, & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (n.d.). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia*.
- Julia Retnowulan. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi*. 17(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*.
- Lee, S., A. Illia, & A. Lawson-Body. (2011). Perceived Price Fairness of Dynamic Pricing. *Industrial Management and Data Systems*, 111(4), 531–550.
- Lee, Simon, Abdou Illia, Lawson-Body, & Assion. (2011). *Perceived Price of Dynamic Pricing*.
- Monroe, K. B. (2017). *Pricing: Making Profitable Decisions* (2nd ed.).
- Mulyono. (2018). *Anak Berkesulitan Belajar*. Rineka Cipta.
- Ningsih, P. E. S. (2019). Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Skripsi*, 1–93.
- Noor. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Novita Amalia Riyanjaya, & Sonja Andriani. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee*. 3, 909–926.
- Nugroho. (2011). *It's Easy Olah data dengan SPSS*. Skripta Media Creative.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). *Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness*. 3, 1–20.
- Park, D.-H., Lee, J., & Han, I. (2007). The effect of on-line consumer reviews on consumer purchasing intention: The moderating role of involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 11(4), 125–148.
- Prof. Dr. Imam Ghozali, M. com. (2020). *25 GRAND THEORY TEORI BESAR Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis dan Disertasi)* (8th ed.). Yoga Pratama.

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Putri Maretha. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Seblak Door Saira Cabang Kayen Kabupaten Pati*. 1384–1391.
- Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S. E. , M. M. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi* (1st ed.).
- Retno Dewi Wijastuti, & Nidya Cantika. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Gofood Di Kota Sorong*. 4.
- Rijalu Ahimsa. (2023, January 24). *5 Fakta Bloke Core, Tren Fashion Baru Menggunakan Jersey Bola Artikel ini telah tayang di Idntimes.com dengan judul “5 Fakta Bloke Core, Tren Fashion Baru Menggunakan Jersey Bola”. Klik untuk baca: <https://www.idntimes.com/men/style/rijalu-ahimsa/fakta-bloke-core-tren-fashion-baru-menggunakan-jersey-bola-c1c2>*. IDN TIMES.
- Saifudin, S. (2019). Pengaruh Iklan Islami Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Matahari Dept. Store di Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 143–160.
- Sanjaya, Ridwan, & Joshua Taigan. (2019). *Creative Digital Marketing : Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif dan Berdaya Hasil Gemilang*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6, 85.
- Schiffman, I. G., Kanuk, & Leslie L. (2013). *Consumer Behavior. 8th edition*.
- Sean Prakarsa. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Optic Sun's. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5, 01–04.
- Setiadi Nugroho J. (2011). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*.
- Sofjan Assauri. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)* (15th ed., Vol. 450). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sunyoto. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS (Central of Academic Publishing Service).
- Swastha, B. (2009). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Texco. (2024). *10 Alasan Kenapa Peluang Bisnis Jersey Ini Menarik*. Texco Blog.
- Umar H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (2nd ed.). PT Raja Grafindo Persada.

