

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A.F. 2023. *Aice jadi merek es krim nomor satu Indonesia versi Euromonitor*, (Online), (<https://www.antaranews.com/berita/3840513/aice-jadi-merek-es-krim-nomor-satu-indonesia-versi-euromonitor?>, diakses 15 Februari 2025)
- Aslich, Ghina (2022) Pengaruh Label Halal, Testimoni, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Pondok Pesantren Al-Ghurobaa' Kudus. Undergraduate thesis, IAIN Kudus.
- Alvarez, C. 2025. *El helado sin lácteos es el más consumido*, (Online), ([https://id.lifestyle.fit/berita/makanan/komposisi-rasa-preferensi-es-krim/?/](https://id.lifestyle.fit/berita/makanan/komposisi-rasa-preferensi-es-krim?/), diakses 15 Februari 2025)
- Alma dkk. (2020) Pengaruh Celebrity Endorser, Testimoni, Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Konsumen di Instagram. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*. Universitas Lampung
- Alhanifiyyatussamhah (2024) *Pengaruh Brand Ambassador Dan Pemasaran Media Sosial terhadap Kepercayaan Merek Dan Loyalitas Pelanggan Di Tokopedia*. S1 Thesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>
- Amelia, M., dkk. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Halal Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Muslim Di Restoran Pantai Pondok Permai. *Innovative: Journal of Social Science Research*, Volume 03, Nomor 04, 2023.
- Andrew, J., & Erdiansyah, R. (2021). Analisis Pengaruh E-WOM, Online Review, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di Market Place Tokopedia. *Prologia*, 5, 127. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8177>
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 03, Nomor 03, Juni 2020.
- 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.
- Ariyanti, Shintia (2022) Strategi Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan terhadap Variabel Mediasi Di Rm. Uda Denai. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Asadullah, dkk., (2023). The Role Of Online Customer Testimonials In Brand Trust: Utilization Of The Expectancy-Disconfirmation Model. *Journal of Positive School Psychology*.
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia. 89–98.
- Avieandra Isvani Putri, Avie (2021), Pengaruh Online Customer Review, Rating Dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

- Badri, J & Safitri, .T.S.R (2021), Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian Online Di Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Procutarie : Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 9 No 4, Desember 2021.
- Berijalan.id. 2024. *Perilaku Konsumen di Era Digital dan Strategi Perusahaan dalam Menghadapinya*, (Online), (<https://berijalan.co.id/article-detail/perilaku-konsumen-di-era-digital-dan-strategi-perusahaan-dalam-menghadapinya>?diakses 15 Februari 2025)
- Correa, D. 2025. *Ice Cream Market Revenue \$122.1 Billion by 2031 With CAGR Of 5%: Nestle S.A., General Mills, Mars*, (Online), (<https://www.einpresswire.com/article/756520301/ice-cream-market-revenue-122-1-billion-by-2031-with-cagr-of-5-nestle-s-a-general-mills-mars>?diakses 15 Februari 2025)
- Doucett. (2008). *The Influence Of Brand Ambassador Joe Taslim And Trust In Shopee Indonesia's Purchasing Decisions. International Journal of Economics University Islam Riau*.
- Dinata, R.A & Sitinjak T.J.R (2023) Pengaruh Testimoni di E-Commerce Shopee dan Kinerja Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Ernanto, D. E. (2020) Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen Indomie Gereja Mawar Sharon Jombang). Undergraduate thesis, STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Fadillah, M. R. dkk . (2024). The influence of perceived quality and viral marketing on the decision to purchase Momoyo Ice Cream according to the Islamic business perspective. *Indonesia Auditing Research Journal*, Vol. 13, No. 2 (2024)
- Fakhrudin. I (2021). *Jawara E-commerce Indonesia Tahun 2021*. <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-703126550/ini-dia-jawara-ecommerce-indonesia-tahun-2021> (diakses 30 Januari 2025)
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Testimoni Produk di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Toko Kosmetik Griya Ayu Gresik). *Jurnal Universitas Islam Malang*, 2, 294 – 301.
- Greenwood, L. (2012). *How To Build A Good Business*. Jakarta: Gramedia.
- Hamzah. F. F (2018). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli guna Produk Indiehome pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Kota Makasar. *Center of Economic Student Journal*, 1, 123–132.
- Hartanti, Prisca (2022) Pengaruh Brand Trust dan Promosi Penjualan terhadap Niat Beli Ulang pada Marketplace Tokopedia / Prisca Hartanti / 21180083 /. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Jannah, Silfiatul (2021) *PERAN ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING DAN POSITIONING PENGARUHNYA terhadap KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VASELINE DI LUMAJANG*. [Undergraduate Thesis]
- Kanuk, S. dan. (2000). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Testimoni Produk Di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Toko Komestik Griya Ayu

- Gresik). Jurnal Universitas Islam Malang, 10(2), 294–301. Kertamukti, R. (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler. P., dan Armstrong. G. (2020). Prinsip Pemasaran (Edisi 14). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler. P., dan Keller. K. L. (2021). Manajemen pemasaran (Edisi 13 jilid 2).
- Kuncoro. (2013). Brand Image Pemeditasi Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Idol K-Pop Pada Keputusan Pembelian Di Tokopedia. Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE, 2(2), 418–435.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. Jurnal Online Iqtisha, 2(2), 2622–6367.
- Larasari, E., Lutfi, dan Mumtazah, L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image terhadap Variabel Intervening. Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 6(5), 261–280. <https://doi.org/https://doi.org/10.35448/jmb.v10i2.42340.35448/jmb.v10i2.4234>
- Lea-Greenwood, G. (2012). Mode Pemasaran Marketing. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Mahmud, H. 2024. *Manfaat dan Cara Dapatkan Review Positif di Testimoni Bisnis*, (Online),(<https://www.baliwebdesign.co.id/review-positif/>, diakses 15 Februari 2025)
- Maharani, (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating terhadap Keputusan pembelian Produk Implora Cheek & Liptint Di Shopee (Studi Pada Pelanggan Implora Cosmetics Di Desa Bangun Sari). Universitas Medan Area.
- Manurung, S. F. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Universitas Katolik Santo Thomas Medan). Universitas Medan Area.
- Martavioni, Berliana Wakhidatul (2023) Pengaruh Testimoni, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Pengguna E-commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus Angkatan 2019-2022). Undergraduate thesis, IAIN KUDUS.
- Minnatillah, Naila (2022) PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND PERSONALITY DAN HARGA terhadap KEPUTUSAN PEMBELIAN NATURE REPUBLIC (Studi Kasus pada Penggemar NCT 127 di Jakarta). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Monayia, A, R. (2022). Prospek E-Commerce Indonesia Masih Positif pada 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/meta-prospek-ecommerce-indonesia-masih-positif-pada-2022> (diakses 2 Januari 2025)
- Mudiantono, S. P. R. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro Journal of Management.
- Musfar, T. F. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran terhadap Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Novitasari, N. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Harga, Dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Fashion (Studi Empiris Pada Brand Fashion Erigo) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).

- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i1.1082> 4(1), 26–39.
- Nathania, V. 2023. *Mengenal lebih dalam Momoyo Ice Cream & Fruit Tea, Mixue-nyaIndonesiayangakanjadisainganbaru?*, (Online), (<https://www.hops.id/unik/2949369449/mengenal-lebih-dalam-momoyo-ice-cream-fruit-tea-mixue-nya-indonesia-yang-akan-jadi-saingan-baru?>, diakses 15 Februari 2025)
- Ningrum, M. S., dan Tresnati, R. (2018). Pengaruh Iklan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Klinik Vanela Beauty Care Cimareme Padalarang). *Jurnal Prosiding Manajemen*, 4(1), 274–279.
- Pasha, Y. 2023. *Empat Peluang Bisnis Franchise Soft Ice Cream di Indonesia.*, (Online), (<https://jabar.idntimes.com/business/economy/yogi-pasha/empat-peluang-bisnis-franchise-soft-ice-cream-di-indonesia?page=all>, diakses 15 Februari 2025)
- Priyatin .A & Farisi, M. (2023). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Trust dan Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*.
- Priadana, Sidik, & Sunarsi, D. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st edn. Tangerang: Pascal Books.
- Puja, F (2020) Analisis Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Penjualan Pada Produk Tupperware Di Kota Tanjungpinang. Diploma Thesis, Stie Pembangunan Tannjungpinang.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen Volume 7 No 1*, Juni 2021.
- Putra, A. M. (2022). Pengaruh Dimensi Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada pengguna Bukalapak di Malang). *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 1–10.
- Putri, M. P. dkk . (2024). Meningkatkan Citra Merek guna Memperoleh Keunggulan Bersaing Melalui Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Yang Efektif pada Produk Kosmetik *Economic and Business Management Journal*, Vol. 3, No. 1 (2024)
- Putri, S. E. (2022). Understanding User Satisfaction in Business Performance During The COVID 19 Outbreak (Tik Tok Application Users in Indonesia).
- Putri, S. E. (2022), *Brand Marketing : The Art Of Branding* Penerbit Media Sains Indonesia
- Rachma, N., Sasmitaning, Z.D, & Rahman, F. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Trust terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction terhadap Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
- Rahmawati, Suci (2023) *Peran Brand Ambassador terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Rusgiyana, Siska Wahyu (2020) Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, Sanksi Perpajakan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Pada Kantor Samsat Jepara). Undergraduate thesis, IAIN KUDUS

- Rosyadi, A. (2021) *Online Customer Review (Ocrs) Dan Rating: Studi Kasus Pembelian Kosmetik Di Shopee*. Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa), Vol. 18, No. 2 (2021) Universitas Islam Bandung.
- Salsabila & Walyoto. (2024). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Brand Ambassador dan Review Online terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Situs Tokopedia di Kabupaten Klaten. *Journal of Economics and Business Research*, Vol. 3, No. 2 (2024).
- Santoso R.P. (2024). Implementation Of Segmenting Targeting And Positioning Strategies In Improving Marketing Performance. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*. Volume 6 Nomor 2, Februari 2024.
- Santoso.S.A (2021). Pengaruh Promotion Mix dan Brand Trust terhadap Keputusan Pelanggan Indi Home di Wilayah Ciputat, 3(1), 15-16.
- Sanusi. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Testimoni Produk di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Toko Kosmetik Griya Ayu Gresik). *Jurnal Universitas Islam Malang*, 10(2), 294–301.
- Sanusi. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Testimoni Produk di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Toko Kosmetik Griya Ayu Gresik). *Jurnal Universitas Islam Malang*, 10(2), 294–301.
- Saputro, A. A. dkk. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, Dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Blibli.Com (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2016). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8358> 09(16).
- Sari, A., & Saputra, R. (2022). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di toko online. *Jurnal Ekonomi Modern*, 17(4), 215-228.
- Schiffman, Leon, L., dan K. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Zoelkifli Kasip.
- Setiawati, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Blibli.com (Studi pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan Tahun 2016). *Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNISMA*.
- Setiyawan.A (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Jatinegara Jakarta Timur). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Syaw, S. 2025. *Tren dan Statistik Ulasan Online: Tinjauan Komprehensif di tahun 2025*,(Online),(<https://leelinesourcing.com/id/online-reviews-statistics/>? diakses 15 Februari 2025)
- Syafitri, R. 2023. *Content Marketing, Strategi Pemasaran di Era Digital*,(Online), (<https://umsida.ac.id/strategi-content-marketing-instagram/>?, diakses 15 Februari 2025)
- Trihadi, Riska Fadhilaturossi (2022) Pengaruh Brand Ambassador Song Joong Ki Dalam Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Di Kota Kediri). Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri.

- Ulandari, S. (2022). Efektivitas Marketing Mix 4P terhadap Penjualan BUMDes "Sumber Rejeki". *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 10(2), 93-102.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh diskon harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen guna memakai transportasi online (Studi pada konsumen Maxim di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511-521.
- Wicaksana, G. P., Zaidan, A., Ratnaningtyas, L., Hidayat, T., Arista, nurmala A., Maula, N. M. N., Zein, Z. A., Rachmawati, W., Nafiah, M. L. I., Salsabila, N. R., Annisa, S. N., Shavira, P., & Amalia, A. R. (2022). *Pemasaran Kewirausahaan Sosial* (P. Dr. Lasi Purwito, M.S., Dr. Ahmad, S.Pd. M (ed.)). Malang.
- Wiharti & Mahfudz . (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*, Volume 11 Nomor 3 Tahun 2022
- Zafira, S.A 2025. *Pengaruh Regional Brand Ambassador dan Social Media Advertising terhadap Brand Trust dan Brand Loyalty Konsumen Gen-Z*. *Jurnal Syntax Admiration* Vol. 6, No. 1, Januari 2025