

DAFTAR PUSTAKA

- Ardy, H. M. Y., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Emina Cosmetics di Bravo Swalayan Bojonegoro. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(4), 4819-4833.
- Arsita, Y., Nugrahaningsih, H., & Kuraesin, E. (2023). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett Pada Pengguna Shopee. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 1(3), 232-237.
- Astari, M. F., Musa, C. I., Haeruddin, M. I. W., Musa, M. I., & Ruma, Z. (2024). Pengaruh Brand Awareness dan Electronic Word of Mouth Marketing terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Fashion Erigo di Aplikasi Shopee: Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 208-227.
- Cahyaningtyas, A., & Agustina, W. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Produk Fashion pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 2941-2942.
- Chusna, A., Rahmawati, D., & Prasetyo, A. (2025). Product quality and its influence on consumer purchase intention in fashion e-commerce. *Journal of Business and Consumer Studies*, 8(1), 33-44.
- Chusna, E. U., Permatasari, I. R., & Maskan, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Brand Erigo. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5b), 3816-3830.
- Erigo. (2023). Erigo. Retrieved September 11, 2023, from www.erigostore.co.id.
- Firellsya, G., Kembau, A. S., Bernanda, D. Y., & Christin, L. (2024). Tren Belanja Online Wanita Gen-Z: Eksplorasi Faktor-Faktor di Balik Dominasi Wanita Gen-Z pada Platform Shopee Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 184-196.
- Firmansyah, A. (2021). Pengaruh harga dan ulasan konsumen terhadap minat beli produk e-commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(2), 145-156.
- Ganyang, M. T., & Ritonga, W. (2021). *Pengaruh Harga dan Customer Reviews Terhadap Minat Beli Teh Gelas pada Pengguna Tokopedia di Jakarta. Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 373-380.
- Gustira, N. (2025). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, dan Pengalaman Pembelian terhadap Minat Beli Moisturizer Glad2glow di Shopee pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat (Skripsi). Universitas Muhammadiyah, Sumatra Barat.

- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudean Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76-82.
- Hidayat, Y. L. I., & Yoestini, Y. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Erigo (Studi Pada Generasi Z Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(3). 11-14.
- Kurniawan, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review, Harga terhadap Minat Beli Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang) (Skripsi). Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.
- Laudon & Traver (2022). *E-commerce: Business, technology, society* (17th ed.). Inggris, Pearson Education Incorporated.
- Muhammad & Siti, N. F. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse (Attractiveness, Trustworthiness, dan Expertise) Terhadap Minat Beli pada Brand Erigo di Kota Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. 357-368.
- Nisaa, S. K., & Dwijyantib, R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Fashion di Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(2), 148-156.
- Novianita, D. (2024). Pengaruh sistem kerja, kompensasi, dan kesejahteraan terhadap kinerja tenaga outsourcing di PT. Surya Wahana Perkasa (Skripsi). Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman, Semarang.
- Nugroho, R. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada industri fast fashion. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Modern*, 10(1), 55-67.
- Nurchayati, I., & Saputro, A. H. (2024). Pengaruh online customer review, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada marketplace Shopee. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(6), 2210-2220.
- Pratama, D., & Haryanto, S. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan electronic word of mouth terhadap minat beli konsumen pada marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(3), 210-222.
- Purwanto, N. (2021). Pengaruh Perceived Risk Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tokopedia (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kota Jombang). *Jurnal Eksekutif*, 16(2), 635-639.
- Putri, A. R., & Santoso, B. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada platform e-commerce. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 101-112.

- Rahmawati, I., & Lestari, D. (2024). Pengaruh ulasan konsumen terhadap minat beli pada marketplace di Indonesia. *Jurnal Bisnis Digital*, 5(1), 1-12.
- Ramadhan, F., & Prasetyo, A. (2023). Pengaruh harga dan brand image terhadap minat beli produk fashion online. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 89-102.
- Ramandani, T. M. T., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Pengaruh Job Compensation, Burnout, Dan Embeddedness Terhadap Employee Performance Pada PT. PAL Indonesia Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4445-4455.
- Safitri, J., & Khasanah, A. U. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab. *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(1), 5-13.
- Safitri, S. D., Windianto, S. N., & Kamila, E. R. (2024). Peran ulasan online terhadap minat beli konsumen pada platform e-commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 87-96.
- Saleh, H. M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan strategi pemasaran*. Makassar, CV Sah Media.
- Samsudin, A., Hidayat, R., Manurung, Z. M., Ayu, A. W., Prameswari, M. A., & Restiatin, R. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Emas. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 626-631.
- Saputra, H. (2021). Pengaruh ulasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada marketplace. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 33-45.
- Sari, M., Kurniawan, T., & Putra, H. (2023). Peran electronic word of mouth dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Digital Marketing*, 4(2), 77-90.
- Selemparan, "ERIGO selemparan.com, accessed September 17, 2023, <https://selemparan.com/general/erigo/133>."
- Shopee. (2025). *Halaman produk dan ulasan konsumen di marketplace Shopee*. <https://shopee.co.id>
- Simanjong, L. K. (2025). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Tren Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting Pada Generasi Z di Kalangan Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan (Skripsi). Universitas HKBP, Medan.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Wangi, L. P., & Andarini, S. (2021). Pengaruh flash sale dan cashback terhadap perilaku impulse buying pada pengguna Shopee. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 79-91. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku konsumen di era digital*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Wijaya, A., Susanto, R., & Dewi, L. (2022). Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada produk fashion online. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 65-78.
- Zappelin, A., Kembau, A. S., Tarigan, A., & Mandey, N. H. J. (2024). The Impact of Social Media Marketing and Customer Experience on Customer Behaviour with Relationship Quality as an Intervening Variable: Case Study on Erigo Clothing Brand. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 1078-1094.