

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D. P. (2023). Pengaruh Persepsi kualitas, persepsi Harga, Persepsi Nilai Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Vespa Di Kota Madiun (Studi Pada Dealer Motor Vespa Matic Di Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, September*, 1–15.
- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2023). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Neraaca Manajemen, Ekobnomi*, 3(1), 1–14. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/1655>
- Al Faruq Abdullah, M., Desty Febrian, W., Hikmah Perkasa, D., Endah Retno Wuryandari, N., H. Pangaribuan, Y., & . F. (2023). The Effect of Brand Awareness, Price Perception and Electronic Word of Mouth (E-WOM) Toward Purchase Intention on Instagram. *KnE Social Sciences, 2023*, 689–698. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i12.13716>
- Aprilia, L., Desi, Y. P., & Purnomo, S. (2023). Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi Pengaruh Konten Review Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Mobil Listrik (Studi Kuantitatif Pada Channel Youtube Fitra Eri , Ridwan Hanif , Dan Oto Driver) The Effect Of Review Content And El. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 7(1).
- Asyikin, N., & Heryenzus. (2023). Pengaruh Iklan, Persepsi Kulaitas dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Scarlett Di Batam. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(2), 640–648.
- Ayub, M. T. T. J., & Kusumadewi, N. M. W. (2021). The Effects of Price

Perception, Product Knowledge, Company Image, and Perceived Value on Purchase Intentions for Automotive Products. *European Journal of Business and Management Research*, 6(5), 47–50.

<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.5.955>

Desyani, E., Wahyuningsih, W., & Ponirin, P. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Motor Merek Yamaha Nmax Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 2(3), 229–240. <https://doi.org/10.22487/jimut.v2i3.60>

Endro, A., & Achmad, F. (2018). *Jurnal Artha Satya Dharma Diskon , Harga , Dan Promosi Terhadap Minat Beli Melalui Keputusan*. 12(1), 35–43.

Erkan, I. (2018). The Influence of Electronic Word of Mouth in Social Media on Consumers' Purchase Intentions. *Computers in Human Behavior*, 61(1), 47–55.

Fatimah, S., Lu'lu'a, R. L., Munawaroh, A. Q., & Septi, M. (2014). *Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Fesyen*. 1(2), 166–177.

Febriyanti, D., Sayyida, S., & Alwiyah, A. (2024). Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(1), 224–240. <https://doi.org/10.24929/feb.v14i1.3353>

Fiola Fiorentiana, Dewi Andriani, & Misti Hariasih. (2023). Endorser Selebriti, Pemasaran dari Mulut ke Mulut Secara Elektronik, dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Scarlett Whitening. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 16(2), 349–469.

<https://doi.org/10.51903/kompak.v16i2.1319>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi Keti). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hakim, L., Susanti, N., & -, U. (2017). Influence of Customer Relationship Management, Brand Equity, Perceived Product Quality, Perceived Price on Customer Value and Purchase Intention (Studies Philips Light Bulb in Batam). *International Journal of Economics and Finance*, 9(7), 122.
<https://doi.org/10.5539/ijef.v9n7p122>

Hartono, S. A., & Praptiningsih, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Toko Sepeda O.K Mranggen. *Aogora*, 10(2), 1–8.

Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>

Imawan, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Don Pablo Abon Mix. *Performa*, 6(4), 312–320.

Kent, Y. D., & Bernarto, I. (2022). the Effect of Perceived Product Quality, Brand Image, and Promotion on Customer Purchase Intention (Case of Zara Customers in Grand Indonesia, Jakarta). *Indonesian Marketing Journal*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.19166/imj.v1i1.4005>

Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc.

Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 12(2), 185–196.

<https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>

Mohammad, A. Y., Kurniawan, & Emilda. (2024). Pengaruh Harga dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Mobil Listrik di Palembang Studi Kasus Wuling Air EV. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 5862–5868.

Ndraha, A. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Sabun Seom Gum. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(1), 132–139.

Nyio, J. G., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2022). Pengaruh Iklan Online, Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1835–1846.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/44475>

Pandelaki, B. K. M., Mandey, S. L., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Di R-ZONE Cafe Langowan. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 312–232. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45878>

Putri, D. W., & Utama, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas, Pengaruh Sosial, Dan Kebutuhan Akan Keunikan Terhadap Minat Pembelian Konsumen Luxury Brand Pada Generasi Y. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 176. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11302>

Putri, T. C., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal*

Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial, 1(2), 56–65.

<https://embiss.com/index.php/embiss>

Rai, A., & Bhattarai, M. (2023). The Influence of Pricing Attractiveness, Price Sensitivity, and Product Variety on Consumers' Purchase Intention: An Analysis of Nepal's Footwear Market. *Journal of Management*, 6(1), 1–14.

<https://doi.org/10.3126/jom.v6i1.58861>

Ravenia, T. (2023). Bisma, Vol 8. No 2, Juni 2023 PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, SUASANA TOKO, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SUPERMARKET KAISAR DI PONTIANAK. *Bisma*, 8(2), 243–254.

Robbyllah Maulana Muslikh, E. B. (2023). *Issn : 3025-9495*. 3(5).

Ruata, D. Y., Mangantar, M. M., & Pandowo, M. H. C. (2021). The Influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Brand Image on Customer Purchase Intentions at Traveloka Online Travel Agency. *Jurnal EMBA*, 9(4), 115–125.

Safitri, R. I., & Gunaningrat, R. (2022). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Alfe Toko. *Seminar Nasional HUBISINTEK - Membangun Transformasi Bisnis Dan Adaptasi Teknologi Pasca Pandemi*, 1001–1011.

Sari, A. C. M., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Di Shopeefood. *Jurnal Economina*, 2(9), 2610–2627. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.837>

Sari, C., & Rodhiah, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada. *Jurnal Manajerial Dan*

Kewirausahaan, 2(4), 897. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9869>

Sidanti, H., Purwanto, H., Megasari, A., & Sholihah, M. M. (2024). Optimalisasi Pembuatan Konten Sosial Media dan E-Commerce pada UMKM My Keranjang : Industri Anyaman Plastik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2825–2831. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i11.608>

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017b). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.

Walga, R., & Siregar, O. (2023). *The Effect of Cashback and Free Shipping, Customer Satisfaction, and Product Diversity on Consumer Buying Interest in Marketplace: Study on University of Sumatra Utara Students Using Tokopedia, Shopee, and Bukalapak*. *Icosop 2022*, 63–68. <https://doi.org/10.5220/0011510600003460>

Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, keberagaman produk, suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132.

Wijayanti, R. F., Evelina, T. Y., & Budiarti, L. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Pembelian Produk Private Label. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(2), 161. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i2.26>

Wulandari, A., Priyoni, A. A., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Social Media Influencers Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow (Studi Kasus Wanita Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 221–232.