

DAFTAR PUSTAKA

- Alsabiyah, T. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Sepatu Sneakers Merek Converse)*.
- Ariyanto, A. K., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Smartphone Merk Cina. *Widya Manajemen*, 3(2), 117–127. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v3i2.1632>
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Effect of Quality Perception , Brand Name , and. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 148–163.
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 533–540
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Tehnik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 (Vol. 3)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-WOM Scale: Word-of-mouth measurement scale for eservice context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. (2006). eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59(4), 449–456. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>
- Hadi, Y. A., Tambunan, D. B., & Sumanji, Y. M. P. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk Kayutree -X. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(2), 216–226.
- Hidayat, R. I., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh gaya hidup, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 14(2),

470–478.

- H Susanto. Pengaruh *Electronik Word of Mouth dan Location* Terhadap Minat Beli pada Kedai Titik Temu di Sampit. *Keuntungan: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 8 (2), 72-84 , 2023.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Juliawati, Santoso, A., & Hartono, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Oppo Di Ponorogo, 2(4), 549–562.
- Khoirunnisa, H. F. (2021). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian ultra cover bb cream maybelline pada watsonss ciplaz karawang.
- Kotler, & Armstrong. (2016). *Kotler & Armstrong (2016)*. England: Pearson
- Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Managemet* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D., & Apriatni. (2018). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Di Kota Semarang. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 1–7.
- Mahadi, U. (2019). Membangun Efektifitas Dakwah Dengan Memahami Psikologi Mad'u. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2), 169. <https://doi.org/10.29240/jdk.v4i2.1251>
- Majid, A. A. Al, & Sumadi. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen Pakaian Pada E-Commerce di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(03), 24–38.
- Maruli Elia, Plaimo Edison Paulus, laopada B. S. (2021). Masyarakat Tentang Pengelolaan Air Terjun Sebagai. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(4), 1433–1440.
- Mila, N., Alfauji, M., Wahyu, M., Aldianoor, M., Sari, D. M., Effendy, R., ... Baso, H. Z. M. (2023). Peningkatan Pemasaran Produk Umkm Madu Asli Lembeng Melalui Strategi Digital Marketing. *EJOIN: Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat*, 1(9), 1027–1032. <https://doi.org/10.55681/ejoin.v1i9.1579>
- Mowen, C. J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muhajirin, & Kamaludin. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Bima). *Jurnal Akrab Juara*, 3(3), 2018.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 41–54. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1772>
- Ningrum, H. Y. W., & Madjakusumah, D. G. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Amanah Jaya Mandiri di Caringin Kecamatan Babakan Ciparay. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)*, 1(1), 29–34.
- Octavia, Y. F. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Ayam Square. *IJBEM: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Manajemen Indonesia* 2 (1). 16-22,2022
- Pratiwi, N. (2020). Pengaruh Konten Food Vlog Di Akun Youtube Ria Sw Terhadap Perilaku Konsumtif Subscriber. *Jurnal Komunikatio*, 8(1), 43–54. <https://doi.org/10.30997/jk.v8i1.5558>
- Prihartini, F. F. (2022). *Pengaruh Regulasi Diri Dan Locus Of Control Terhadap Kecenderungan Impulsive Buying Pada Usia Dewasa Awal Yang Berbelanja Secara Online Di Kabupaten Majalengka*.
- Purba, J. W. P., Napitu, R., Sinaga, M. H., & Munthe, R. N. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Skincare Emina Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 6(1), 78–94. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v6i1.1170>
- Purwanto. (2019). Pengembangan Model Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Percieved Value, Citra Perusahaan dan Minat Masyarakat Membeli Beras Bulog. *Cano Ekonomos*, 8(1), 1–24.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2943>
- Putri, N. A., & Safri, H. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*,

2(2), 132–143.

- Qalbi, N., & Hartini. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Pakaian Bekas (Trifling) di Daerah Sumbawa. *Journal of Nusantara Economic Science (JNES)*, 1(4), 162–168. Retrieved from <https://www.bps.go.id/exim>
- Riyanto, & Hatmawan. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish.
- Rizaty, M. A. (2022). Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,68% Pada Kuartal II/2022.
- Rokhmawati, H. N., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 515–526.
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap impulsive buying pada marketplace shopee. *Manajemen*, 13(1), 37–46.
- Sari, S. A. (2020). Minat Pembelian Modest Fashion ditinjau dari Kualitas Produk, Design, Islamic Brand, Distribusi, dan Gaya Hidup Masyarakat Millennial di Kudus. *At-Tijarah Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 9(1), 73–91.
- Setiadi, J. N. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Sihombing, M. A. T., Johannes, & Ekasari, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Merk Terhadap Minat Pembelian Mobil Merk Wuling Di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 9(No. 3), 149–162.
- Simanjutak, A. L. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Lux Pada Konsumen Swalayan Pondok Indah Pasar Buah Medan.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). Bandung. CV Alfabeta.
- Sulthana, A. N., & Vasantha, S. (2019). Influence of electronic word of mouth eWOM on purchase intention. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 1–5.

- Sunarto, A. (2009). *Seluk Beluk E-Commerce*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tania, A. C., Hafizah, & Aditi, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang, dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen di Cafe n2 Foodcourt Tanjung Morawa). *Jamek (Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi)*, 2(1), 16–32.
- Wahyudianto, M. Z. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Butuhbaju.Com. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 311–319. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1786>
- Wijaksono., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 63–75. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.861>
- Yulianto, A. (2020). Mewaspada Response Bias Dalam Skala Psikologi. *Buletin KPIN*, 1–3. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30178.073>