

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald's Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 59–68. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.666>
- Angipora, M. P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Ansari, D. H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242. www.ayogitabisa.com
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth: The adoption of online opinions in online customer communities. *Research*, 18(3), 229–247. <https://doi.org/10.1108/10662240810883290>
- Coanto, V. V., Novaria, R., & Pujianto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Fasilitas terhadap Minat Beli Konsumen. (Studi Kasus Pada Kedai The Cowboy Burger Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(2).
- Emeralda, Jeni Wulandari, & Diang Adistya. (2020). Analisis E-Trust, E-WOM, dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63–75.
- Fahriansyah, M., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Smartphone Merek Iphone Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Kota Bekasi.

JURMA: Jurnal Riset Manajemen, 2(1), 342–354.

Fajriati, N., & Megawati. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Jaya Sentosa Mebel 7 Ulu Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 154–163. <https://doi.org/10.35957/prmm.v2i2.865>

Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>

Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 593–604.

Frances, H. (2011). *Be An Enterpreneur (jadilah seorang wirausaha) kajian strategis pengembangan kewirausahaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Ghozali, I. (2018a). “‘Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.’” *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Ghozali, I. (2018b). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (Vol. 1, Issue 1).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : Erlangga. p125.
- Kusuma, A. F., & Wijaya, T. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30–42. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5717>
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Munawaroh. (2013). *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Jombang : Intimedia Anggota IKAPI.
- Munawaroh, L., Wijayantini, B., & Setianingsih, W. E. (2022). Celebrity Endorser, E-Wom dan Harga yang Kompetitif terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 374–388. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3962>
- Nainggolan, O. C. S., Efendi, Butarbutar, M., & Simatupang, S. (2024). Pengaruh Harga dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Handbody Citra (Studi Kasus Pada Remaja Putri Desa Gur-gur Sawah 1 Kecamatan Panombeian Panei). *Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah*, 2(1), 1–13.
- Nangaro, E., Lumanaw, B., Trang, I., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Harga Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Rumah Di Perumahan Sawangan Permai Minahasa. *B. Lumanaw., I.Trang. 796 Jurnal EMBA*, 11(3), 796–806.
- Nyio, J. G., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2022). Pengaruh Iklan Online,

- Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado). *Jurnal EMBA*, 10(4), 1835–1846.
- 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>
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Minat Beli Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545–558. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i4.111>
- Reven, D., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2017). ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Sanjani, A. A. M. R., & Riyanto, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mixue Ice Cream pada Gerai Mixue Pasar Bersih Jababeka. *Jurnal Tinjauan Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(2), 1443–1449.
- Sarayar, M. C. L., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh E-WOM, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli “Folcis Pudding” Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 294–303.
- Selviyani, S. H., & Zurida, L. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Dan

- Promosi Terhadap Minat Beli Pengunjung Pusat Oleh Oleh Adrem Khas Sanden Bantul. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(4), 1233–1255. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i4.852>
- Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah pada Mahasiswa Unai. *Jurnal Intelektiva*, 3(8), 12–25.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor : IN Media.
- Susanto, Y., & Realize, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECO-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Ubaidillah, A., & Muraeni. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Emas Ari Jaya). *Jurnal Sketsa Bisnis*, 1(2), 13–35.
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business*

and Engineering (JEBE), 2(1), 123–132.
<https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>

Winda Sofiana Sundari, Bambang Riono, S., & Dwi Harini. (2022). Analisis Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamart Songgom. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 180–187.
<https://doi.org/10.55606/jimak.v1i2.494>

Akbar, A. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald's Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 59–68.
<https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.666>

Angipora, M. P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Ansari, D. H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242. www.ayogitabisa.com

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth: The adoption of online opinions in online customer communities. *Research*, 18(3), 229–247.
<https://doi.org/10.1108/10662240810883290>

Coanto, V. V., Novaria, R., & Pujiyanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Fasilitas terhadap Minat Beli Konsumen. (Studi Kasus Pada Kedai The Cowboy Burger Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(2).

- Emeralda, Jeni Wulandari, & Diang Adisty. (2020). Analisis E-Trust, E-WOM, dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63–75.
- Fahriansyah, M., Pantjolo, D. S. W., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Iphone Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Kota Bekasi. *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 342–354.
- Fajriati, N., & Megawati. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Jaya Sentosa Mebel 7 Ulu Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 154–163. <https://doi.org/10.35957/prmm.v2i2.865>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 593–604.
- Frances, H. (2011). *Be An Enterpreneur (jadilah seorang wirausaha) kajian strategis pengembangan kewirausahaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2018a). “‘Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.’” *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

- Ghozali, I. (2018b). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (Vol. 1, Issue 1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : Erlangga. p125.
- Kusuma, A. F., & Wijaya, T. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30–42. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5717>
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Munawaroh. (2013). *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Jombang : Intimedia Anggota IKAPI.
- Munawaroh, L., Wijyantini, B., & Setianingsih, W. E. (2022). Celebrity Endorser, E-Wom dan Harga yang Kompetitif terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 374–388. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3962>
- Nainggolan, O. C. S., Efendi, Butarbutar, M., & Simatupang, S. (2024). Pengaruh Harga dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Handbody Citra (Studi Kasus Pada Remaja Putri Desa Gur-gur Sawah 1 Kecamatan Panombeian Panci). *Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah*, 2(1), 1–13.

- Nangaro, E., Lumanaw, B., Trang, I., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Harga Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Rumah Di Perumahan Sawangan Permai Minahasa. *B. Lumanaw., I.Trang. 796 Jurnal EMBA, 11(3)*, 796–806.
- Nyio, J. G., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2022). Pengaruh Iklan Online, Kualitas Produk Dan E-Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Bag Store Manado). *Jurnal EMBA, 10(4)*, 1835–1846.
- 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>
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Minat Beli Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2(4)*, 545–558. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i4.111>
- Reven, D., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2017). ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management, 6(3)*, 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Sanjani, A. A. M. R., & Riyanto, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mixue Ice Cream pada Gerai Mixue Pasar Bersih Jababeka. *Jurnal Tinjauan Manajemen Dan Kewirausahaan, 5(2)*,

1443–1449.

Sarayar, M. C. L., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh E-WOM, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli “Folcis Pudding” Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 294–303.

Selviyani, S. H., & Zurida, L. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pengunjung Pusat Oleh Oleh Adrem Khas Sanden Bantul. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(4), 1233–1255. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i4.852>

Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah pada Mahasiswa Unai. *Jurnal Intelektiva*, 3(8), 12–25.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.

Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor : IN Media.

Susanto, Y., & Realize, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>

Ubaidillah, A., & Muraeni. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth

Communication Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Emas Ari Jaya). *Jurnal Sketsa Bisnis*, 1(2), 13–35.

Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132.
<https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>

Winda Sofiana Sundari, Bambang Riono, S., & Dwi Harini. (2022). Analisis Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamart Songgom. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 180–187.
<https://doi.org/10.55606/jimak.v1i2.494>