

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49-61.
- Alma Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Bataineh, A. Q. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1). <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p126>
- Brand, P., Agatha, C., Tumbel, A., Soepeno, D., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado The Effect Of Brand Image And Electronic Word Of Mouth On Interest To Buy Oriflame Consumers In Manado*. 7(1), 131–140.
- Freddy Rangkuti. (2015). *Riset Pemasaran* (12 ed.). Gramedia Utama Pustaka.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23. <https://doi.org/10.1002/CJAS.129>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut: Word of Mouth Marketing*. Media Press.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Heryuandika Putra, R., & Ula Ananta Fauzi, R. (2023). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Simba 5 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 5 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua (Studi Kasus Di Kabupaten Ponorogo)*.
- Kumaradeepan, V. (2020). *Evaluation of Consumer attitudes towards purchase intention on women's skincare products in Sri Lanka; Special reference to Anuradhapura*. <https://www.researchgate.net/publication/344296077>
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. Dalam *Bisnis & Manajemen* (Vol. 12). [Http://Ejournal.Stiemj.Ac.Id/Index.Php/Ekobis](http://Ejournal.Stiemj.Ac.Id/Index.Php/Ekobis)

- Lubis, A., & Ramadanti, A. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Smartphone Oppo Di Batam (Studi Kasus Pada Mal Nagoya Batam). *Jurnal Manajemen Diversitas*, 3(1), 14-32.
- Mahendra, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.Co. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/Jp.V6i3.2528>
- Manajerial, J., Kewirausahaan, D., Sari, C., Program, R., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (t.t.). *Cyntia dan Rodhiah: Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kinerja... Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada*.
- Philip roug, K. L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Rouf, A., & Mandala, K. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com>
- Schiffman, L. G. dan K. L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Andi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, Fandy. C. G. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Wahyudianto1, M. Z. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Butuhbaju.Com. Dalam *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Nomor 4).
- Wibisono, P. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Konsumen (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Wulandari, E., Altin, D., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pawon Steak Pangkalpinang. Dalam *CEBONG Journal ISSN* (Vol. 3, Nomor 1).