

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, N. N., F. A., & T. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap minat dan keputusan masyarakat untuk travelling (Studi pada wisatawan yang berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta). *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2), 177–190. <https://doi.org/10.62108/great.v1i2.737>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ananda, D. F., Arseto, D. D., & C. W. (2026). Pengaruh E-WOM dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk fashion lokal Erigo sebagai bagian dari penguatan ekonomi kreatif. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(2), 4981–4991. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9264>
- Apriyana, A., Rosmajudi, A., & H. D. I. (2024). Pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 14(2), 35–43. <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/7540/5495>
- Arifin, E., Sudana, I. P., & S. P. A. W. (2022). Pengaruh promosi Instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan millennial domestik ke Curug Ciherang Bogor. 10(1).
- Az Zahra, A., & W. L. N. (2022). Pengaruh store atmosphere dan lokasi. 9(204), 109–112.
- Betisama Buulolo, M. F. A. (2022). Pengaruh promosi dan variasi produk terhadap minat beli konsumen pada Kopi Sungguh Pasar Modern Intermoda Cisauk. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 2(1), 8. <https://doi.org/10.32493/jism.v2i1.24626>
- Cahyarani, A. F., & C. I. B. (2024). Pengaruh brand image, variasi produk dan social media marketing Instagram terhadap minat beli yoghurt Cimory. 8(2), 225–239.
- Cikawati, N., Santoso, H., Ulya, E. D., & Pranata, R. T. H. (2026). Kualitas konten promosi Instagram @Atedoz.Photobooth terhadap minat beli pelanggan cabang Malabar. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(1), 128–136. <https://doi.org/10.37481/sjr.v9i1.1360>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25.

- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). e-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context.
- Gunawan, M. P. L. J. R. E. M. (2025). The influence of E-WOM, brand awareness and perceived quality on Gen Z's purchase intention for Moment Self Photo Studio Manado services. 13(1), 851–862.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis.
- Hariadi Yonanta, N. T. (2022). Pengaruh variasi produk dan harga terhadap minat beli konsumen rumah tinggal di Summarecon Serpong.
- Hartawan, E., Liu, D., & Handoko, M. R. (2021). Pengaruh promosi melalui Instagram terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 8(2), 345–356.
<https://repository.stiatabalong.ac.id/id/eprint/92/1/Skripsi%20Fadillah%20Noviyanti.pdf>
- Hennig-Thurau, T., Eifler, V., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? 18(1). <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2019). Pemanfaatan media sosial Instagram akun @Vapormxpku dalam meningkatkan promosi penjualan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 3(9), 25–32. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Irhamni, M., & A. J. (2021). Pengaruh promosi melalui media sosial Instagram terhadap minat beli barang alat tulis kantor dan jasa fotografi di Toko Aneka Foto Studio Tamiang Layang. 4, 241–257.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*.
- Maksum, A., Widyaningtyas, D. P., & M. B. H. (2022). Pengaruh media sosial, variasi produk, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(4), 745–754. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1226>
- Melati, A. S., Yanuar, D., & Susilawati, N. (2024). Dampak E-WOM dan kepercayaan merek terhadap. *Jurnal Komunikasi Global*, 13(2), 350–371.

- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono, W. (2023). Pengaruh media sosial promosi, variasi produk dan kualitas produk terhadap minat beli produk skincare Somethinc. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–72. <https://doi.org/10.31294/jab.v3i2.2732>
- Poluan, G. L., Ogi, I. W. J., & Loindong, S. S. R. (2024). The effect of electronic word of mouth, location and price on buying interest at R-Zone Cafe Langowan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(3), 1544–1554.
- Rahmawati, D., & Susanti, A. (2024). Pengaruh influencer marketing, lifestyle, E-WOM terhadap minat beli produk fashion muslimah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 373–383. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.979>
- Ramadhina, A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh desain kemasan, variasi produk, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Rohman, D. T., Nurlia, Hardinata, E., & Yudha, M. N. (2024). Journal Geoekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Balikpapan. *Journal Geoekonomi*, 15(1), 401–413. <https://jurnal.fem.uniba-bpn.ac.id/index.php/geoekonomi/article/view/556/292>
- Saputri, E., Rusdi, M., Mutmainna, I., Thahir, C., Kewirausahaan, P. S., Bisnis, F. E., Muhammadiyah, U., & Rappang, S. (2025). Analisis pengaruh media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen Diva Fashion Hijab di Kabupaten Sidenreng Rappang. 5(November), 1058–1069.
- Saroyo, F. S. (2024). [Http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB](http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB) ISSN: 2723-0937. 7, 1937–1952.
- Setiobudi, R. F. S., & A. (2020). Pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap. *Journal Fillgap.Id*, 5, 234–240.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*.
- Suhardi, Y., Akhmadi, A., Darmawan, A., & Naili, N. (2023). Pengaruh media sosial, electronic word of mouth, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian (Studi

- kasus produk makanan Oke Enak Rawamangun). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(2), 122–137. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v4i2.3257>
- Wahyuni, S., & P. W. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap minat berkunjung melalui citra destinasi pada wisata Taman Rekreasi Kota Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 3(2), 219–229. <https://doi.org/10.21107/jkim.v3i2.18561>
- Wila, S. D., & M. F. (2025). Pengaruh display layout dan variasi produk terhadap minat beli konsumen pada Rumah Batik Serunai Kota Pekanbaru. 18(1), 337–352. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2613>
- Winarno, K. O., & Indrawati, I. (2022). Impact of social media marketing and electronic word of mouth (E-WOM) on purchase intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.15>
- Global Market Insights. (2025). Photo booth market. <https://www.gminsights.com/industry-analysis/photo-booth-market>
- MarketsandMarkets. (2024). Photobooth market. <https://www.marketsandmarkets.com/report-search-page.asp?rpt=photobooth-market&offset=-1>

- Agus, P., Sagita, W., Studi, P., Perjalanan, I., Pariwisata, F., & Udayana, U. (2022). *PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MILLENNIAL DOMESTIK KE CURUG CIHERANG BOGOR Erika*. 10(1).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Allya Ramadhina, & Mugiono, M. (2022a). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Allya Ramadhina, & Mugiono, M. (2022b). PENGARUH DESAIN KEMASAN, VARIASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Bisnis, J. A., Kumalasari, V. F., Niaga, A., Malang, P. N., & Pembelian, K. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi*. 9(204), 109–112.
- Cahyarani, A. F., Cempena, I. B., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Surabaya, U. A. (2024). *Pengaruh Brand Image , Variasi Produk dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Yoghurt Cimory A . PENDAHULUAN Pertumbuhan yoghurt di Indonesia cukup baik jika dilihat dari peningkatan produksi serta munculnya berbagai merek yogurt di pasar*. 8(2), 225–239.
- Cikawati, N., Santoso, H., Ulya, E. D., & Pranata, R. T. H. (2026). Kualitas Konten Promosi Instagram @Atedoz.Photobooth terhadap Minat Beli Pelanggan

- Cabang Malabar. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 9(1), 128–136.
<https://doi.org/10.37481/sjr.v9i1.1360>
- Ferdinand, A. (2002). Structural equation modeling dalam penelitian manajemen. BP Universitas Diponegoro.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. Addison-Wesley.
- 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.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartawan, E., Liu, D., & Handoko, M. R. (2021). Pengaruh Promosi melalui Instagram terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 8(2), 345–356.
https://repository.stiatabalong.ac.id/id/eprint/92/1/Skripsi_Fadillah_Noviyanti.pdf
- 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.
- Insights, G. M. (2025). *No Title*. Global Market Insights.

<https://www.gminsights.com/industry-analysis/photo-booth-market>

Issn, J. (2021). *PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI BARANG ALAT TULIS KANTOR DAN JASA FOTOGRAFI DI TOKO ANEKA FOTO STUDIO TAMIANG LAYANG*. 4, 241–257.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th global edition). Pearson Education Limited.

Melati, A. S., Yanuar, D., & Susilawati, N. (2024). Dampak E-WOM Dan Kepercayaan Merek Terhadap. *Jurnal Komunikasi Global*, 13(2), 350–371.

Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono, W. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–72.
<https://doi.org/10.31294/jab.v3i2.2732>

Nurfitri, A. R. . S. E. . D. D. . & W. W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Wilayah DKI Jakarta. *Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1296–1312.

Pahaganas, M., Rumokoy, L. J., & Gunawan, E. M. (2025). *M . Pahaganas ., L . J. Rumokoy ., E . M . Gunawan THE INFLUENCE OF E-WOM , BRAND AWARENESS AND PERCEIVED QUALITY ON GEN Z ' S PURCHASE INTENTION FOR MOMENT SELF PHOTO STUDIO MANADO SERVICES PENGARUH E-WOM , BRAND AWARENESS , DAN PERSEPSI KUALITAS TERHAD. 13(1), 851–862.*

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN RUMAH TINGGAL DI SUMMARECON SERPONG. (2022).

- Poluan, G. L., Ogi, I. W. J., Loindong, S. S. R., Ewom, P., Dan, L., Terhadap, H., Beli, M., Net, D. I., & Loindong, S. S. R. (2024). COFFE N RESTO THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH , LOCATION AND PRICE ON BUYING INTEREST AT R-ZONE CAFE LANGOWAN Oleh : Jurnal EMBA Vol . 12 No . 3 Juli 2024 , Hal . 1544-1554. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 1544–1554.
- Putri, A. . & S. B. (2022). Pengaruh Media Sosial, Variasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Kuliner. *Urnal Manajemen Pemasaran*, 4(4), 745–754. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1226>
- Rahmawati, D., & Susanti, A. (2024). Pengaruh Influencer Marketing , Lifestyle , E Wom Terhadap Minat Beli Produk Fashion Muslimah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 373–383. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.979>
- Rohman, D. T., Nurlia, Hardinata, E., & Yudha, M. N. (2024). Journal geoekonomi fakultas ekonomi dan bisnis universitas balikpapan. *Journal Geoekonomi*, 15(1), 401–413. <https://jurnal.fem.uniba-bpn.ac.id/index.php/geoekonomi/article/view/556/292>
- Saputri, E., Rusdi, M., Mutmainna, I., Thahir, C., Kewirausahaan, P. S., Bisnis, F. E., Muhammadiyah, U., & Rappang, S. (2025). *Analisis pengaruh media sosial instagram terhadap minat beli konsumen Diva fashion hijab di Kabupaten Sidenreng Rappang*. 5(November), 1058–1069.
- Septi Dita Wila, M. F. (2025). Pengaruh Display Layout dan Variasi Produk terhadap

- Minat Beli Konsumen pada Rumah Batik Serunai Kota Pekanbaru. *Pengaruh Tampilan Tata Letak Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Batik Serunai Kota Pekanbaru*, 18(1), 337–352.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2613>
- Sugiyono. (2013). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi Kedua). Alfabeta.
- Suhardi, Y., Akhmadi, A., Darmawan, A., & Naili, N. (2023). Pengaruh Media Sosial, Electronic Word of Mouth, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Makanan Oke Enak Rawamangun). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(2), 122–137.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v4i2.3257>
- Winarno, K. O., & Indrawati, I. (2022). Impact of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth (E-Wom) on Purchase Intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.03.15>
- Yanto, R. T. Y., Oktaviani, A., & Oscar, B. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 14(2), 35–43.
<https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/7540/5495>