

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior* (2nd ed.). Open University Press.
- Akbar, H., Usman, O., & Agustin Pratama Sari, D. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, E-Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Lokal* (Vol. 3, Issue 3).
- Ariwangsa Oka, I. G., Wayan Lasmi, N., Made Riski Aditya Darma, I., Wulandari Laksmi, K. P., & Nengah Dasi Astawa, I. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian*. 5.
- Anggraini, W. P., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh E-WOM , Brand Image, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di E-commerce Shoppe. 6(1), 118–126.
- Aprila, W. (2023). Pengaruh Cita Raasa, Persepsi Harga, dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian di Mie Gacoan Depok.. In *Panorama Nusantara* (Vol. 18). <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panorama>
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Clarita, N., & Khalid, J. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci.
- Delisa, S., Sariah, V., Noviyanti, H., Pratiwi, U., Studi, P., Fisika, P., Keguruan, F., Pendidikan, I., & Artikel, I. (2022). Menciptakan *Value Added* (Nilai Tambah) Produk Tempe Melalui Inovasi Produk Coklat Tempe Berbasis E-Commerce Desa. *Agustus 2022*, 5(2). <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, A., Purnomo, D., Firdaus, A., Nimang, A., Jannah, V., Samsi, A. S., Ningmas, A. N., Pratiwi, D. A., & Wahyudi, N. (2025). Inovasi Coklat Tempe dan Strategi Pemasaran Pada Home Industri Tempe di Desa Sepande

Kabupaten Sidoarjo. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 916–924. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i2.11265>

- Holidah, S., Wiryaningtiyas, D. P., Praja, Y., & Cptasari, W. D. A. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Pada Marketplace Shopee Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.
- Irfansyah, M. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(4). <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>
- Kania Vira Yunita, & Ravindra Safitra Hidayat. (2025). Pengaruh E-WOM, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 100–111. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v3i2.3074>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lidiastuty, A. (2020). Pengaruh *E-Promotion*, Harga, dan Packaging Terhadap Purchase Intention Produk Make Up Y.O.U (*Studi Kasus di Wilayah Kabupaten Rembang*).
- Mardiah, A., Rifanda Putri, N., Gifari Sono, M., & Eka Putra, J. (2024). *Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM di Era Digital*. 5, 5464.
- Maulana, N., Juliana Saftari, I., Lumban Batu, R., Singaperbangsa Karawang, U., & Tadulako, U. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Buka Lapak. 5(3), 2021.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). The Effect Of Price Perception, Product Quality and Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 3).
- Murdhani Ngandoh, A., & Rizal Zaenal, F. (2024). Economics and Digital Business Review Analisis Pemasaran Media Sosial, e-WOM, Kepercayaan dan Minat

- Beli: Studi Empiris pada UMKM Kuliner. In *Analisis Pemasaran Media Sosial, e-WOM, Kepercayaan dan Minat Beli...* (Vol. 5).
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *JAMBURA*, 5, 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Nafisah, F. R., & Murniningsih, R. (2021). *Geliat Investasi Dalam Pusaran Pandemi: Membaca Celah Pemulihan Ekonomi Nasional Di Era New Normal*.
- Nurwisasa, & Andhika Feby, M. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lawson U-Town Bintaro*.
- Octaviana, N., Mulyadi, & FW Pospos, A. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Langsa). *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 15–34. <https://doi.org/10.32505/jim.v6i1.4716>
- Pramesti, I., & Susanta Nugraha, H. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, *E-promotion*, dan *E-Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Produk Kecantikan pada Blibli.com di Kota Semarang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 13, Issue 1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Putra Alamzah, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Online Store di Hazesac.
- Rachmawati, Y., & Johan, A. (2023). Analyze How Consumers Purchase Decisions: The Role Of Social Media Promotion, Product Reviews, And Brand Trust. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Rahayu, S. , & Rahman, D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Spontan.
- Rakhamah, & Yahya. (2020). pengaruh Lokasi, Viral, Marketing, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Es Coklat (*studi pada konsumenes coklat waduk cengklik boyolali*).
- Rauf, A. (2023). Keputusan Pembelian: *E-Promotion*, dan Kualitas Layanan. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 2023–2024. <https://doi.org/10.31000/combis.v5i1>

- Ridho Vriya Pratama, & Ravindra Safitra Hidayat. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 90–97. <https://doi.org/10.69714/jg73cc77>
- Rizki, L. N., & Aminah, S. (2024). The Influence Of Electronic Word Of Morth (E-WOM) And Perceived Quality On The Purchasing Decisions Of Xiaomi Smartphones Among Students At UPN “Veteran”Jawa Timur. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)* (Vol. 7, Issue 3).
- Santoso, R. P. (2023). Hubungan Dimensi Promosion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Makanan Coklat Tempe Khas Kediri Jawa Timur. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 5, 228–235. <https://doi.org/10.33752/bima.v5i2.723>
- Sovia Pramudita, A., & Agustia, R. E. (2020). *E-Service Quality dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Website Traveloka.com*. <http://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive|105>
- Sugiyono. (2020). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Talumantak, R., & Mariyana. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Hours Coffee and More Jakarta. <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd>
- Taslim, S., & Rahman, S. (2023). Influence Of Product Quality, Price, And Promotion On Purchase Decisions In Cv. Hydro Perkasa. In *Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 3, Issue 2).
- Winarsih, R., & Mandey, S. L. (2022). The Effect Of Price Perception, Food Quality, and Store Atmosphere On Consumer Purchase Decisions At Dabu-dabu Lemong Resto And Coffee Megamas Area In Manado. In *Wenas 388 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 3).
- Yasmina Firdausa, A., Supiani, T., & Siti Silvi, N. (2024). Pengaruh *E-promotion* Terhadap Keputusan Kosumen Dalam Penggunaan Jasa Make Up (*Studi pada customer@Beauty\_by\_erna*).<https://ejournal.naureendigiton.com/index.php/jam/index>
- Zeithaml, V. A., Verleye, K., Hatak, I., Koller, M., & Zauner, A. (2020). Three Decades of Customer Value Research: Paradigmatic Roots and Future

Research Avenues. *Journal of Service Research*, 23(4), 409–432.  
<https://doi.org/10.1177/1094670520948134>