

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador , E-Wom , Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433–445.
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. Heidelberg.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Aldini, Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Amin, A., Selvia, K., & Andriansyah, A. (2023). Analisis Pengaruh Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 41–49. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.913>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Ariefah, I. S., Rahmiaji, L. R., & Ulfa, N. S. (2022). *Daya Tarik Penggunaan Meme Dan Daya Tarik Konten Informatif Pada Instagram Netflix Indonesia (@Netflixid) Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Video On Demand Netflix*. Universitas Diponegoro.
- Arikunto. (2010). *Metodelogi Penelitian* (5th ed.). Graha Ganesha.
- Chyung, S. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-based survey design: Use of a midpoint on the Likert scale. *Performance Improvement*, 56(10), 15–23.
- Eliza, E., & Mulya, J. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Ulang Shampo Pantene (Studi Kasus Kecamatan Padang Panjang Barat). *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, 6(02), 80–88. <https://doi.org/10.36665/jusie.v6i02.513>
- Fadhilah, & Saputra, G. G. (2021). Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap keputusan pembelian generasi z The influence of content marketing and e-wom on tiktok social media toward generation z purchasing decisions. *INOVA SI*, 17(3), 505–512.
- Farhanah, A., & Marzuqi, A. M. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga

- terhadap keputusan pembelian pada produk herbal beauty di kabupaten sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123.
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss (Edisi Keem)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21. Universitas Diponegoro Kinerja Kryawan pada PT Central Capital Futures Cabang Malang. (*JIBEKA*) *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 17–22.
- 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.
- Gumilang, P. B., Listyorini, S., & Ngatno, N. (2022). Pengaruh perceived quality dan brand experience terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420–432.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hayati, & Husnul, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(1), 50.
- Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesth, R. A. (2022). Mohammad Yahya Ariefpengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(10), 2141–2151.
- Jayanti, N. L. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Fasilitas Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Domestik Objek Wisata Taman Air Tirtagangga. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 306–312. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.37309>
- Kartika, A. W. (2019). Studi Korelasi Antara Kualitas Konten, Daya Tarik Konten dan Terpaan Tayangan Video Blog Pada Akun Beauty Blogger Abel Cantika di YouTube dengan Perilaku Imitasi Siswi di SMK Negeri 4 Surakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 689–1699.
- Kotler, & Armstrong. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tonasa Dan Dampaknya Pada Loyalitas Di Kota Makassar* (5th ed.).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. Prentice-Hall Published.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Larasati, J. A., & Susilo, D. (2022). Effect of Attractiveness of Sales Promotion Messages, Endorsement Beauty Influencers on Interest in Buying Rose All Day Instagram Followers. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(2), 121–137. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v10i2.269>
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*.
- Lesmana, I. S., Bahits, A., & Adiswanse, J. (2022). Promosi Dan Fasilitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Persada Banten. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 515–525.
- Manurung, R. S. M., Dharta, F. Y., & Lubis, F. M. (2022). Pengaruh Tayangan Konten Racun Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Di Komunitas Prefix. *Open Journal Systems*, 16(10), 7595–7602.
- Meena, Vishal, Reddy, D., & Vakati. (2020). Understanding the Impact of Humour on the Purchase Decision of Customers. *Indian Institute of Management Bangalore*, 19452.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Muninggar, D. A., & Rahmadini, A. (2022). WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) e-ISSN*, 3(1), 2745–8547.
- Nababan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 195–204. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas>
- Opat, P. G., & Sari, Y. (2024). Pengaruh Daya Tarik Konten Marketing Akun Tiktok @ Somethincofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc. *Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(8), 2810–2826.
- Prayoga, I., & Mulyandi, R. (2020). Dampak Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Fore Coffee. *Jurnal Konversi Sintaksis*, 1(5), 136–140.
- Prayoga, I., & Rachman, M. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation P-ISSN*, 1(5), 136–140.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152.

- Rahmawati, A. Y. (2020). *Literasi Keuangan, Risk Tolerance Dan Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi Pada Pekerja Di Kawasan Industri Cikarang*.
- Rivaldo, Y., & Yusman, E. (2021). Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada. *Jurnal As-Said. LP2M. Institut Agama Islam Abdaullah Said Batam, 1(1)*, 13.
- Rondonuwu, H. E., Lapian, S. L. H. V. J., & Wangke, S. J. C. (2024). The Influence Of Electronic Word Of Mouth And Perceived Quality Towards Purchase Decision On Pink Flash Product (Study On Gen Z Social Media User) Pengaruh Elektronik Mulut Ke Mulut Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pink Fla. *Jurnal Emba, 12(03)*, 1252–1263.
- Salam, A., & Wasil, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Diamond Di Surabaya. *Management and Accounting Research Journal Global, 5(No. 2)*, 443–444. <https://jurnal.ikbis.ac.id/global/article/view/482>
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faiz. *Journal of Trends Economics and Accounting Research, 1(2)*, 74–81.
- Sari, N. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di Perumahan Syariah Ahmad Dahlan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General, 3(1)*, 311–321.
- Sari, P., Palah, J. M., & Ambarwati, P. (2023). Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce Tiktok Shop : Daya Tarik Konten , Gratis Ongkos Kirim dan Harga Flash Sale sebagai Pemicu Tiktok Shop E-commerce User Purchase Decisions : Content Attraction , Free Shipping and Flash Sale Prices as Triggers. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 4(01)*, 85–100.
- Sari, R., & Kurniawan, A. (2021). The impact of electricity quality on customer satisfaction. *Journal of Cleaner Production*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. John Wiley SonLt.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba, 10(4)*, 320–330.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*.
- Sutoyo, N. M., & Qammaddin. (2023). Penerapan Metode Theory Of Planned Behavior (TPB) dan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna. *Justek : Jurnal Sains Dan Teknologi*, 6(3), 345–355. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/justek/article/view/17160>
- Swastha, & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Libertyy.
- Tias, I. A., Dhenabayu, R., Pradana, R. M., Erta, & Dewi, H. S. (2023). Perceived Ease of Use on Purchasing Decisions in E-Commerce (a case study of TikTok social media). *Peer-Reviewed –International Journal*, 2(1), 25.
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, & Chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Uljannah, L. P., & Santoso, A. (2024). Pengaruh Daya Tarik Konten , Keamanan Informasi , Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Aplikasi Shopee. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 1499–1510.
- Valentine, L., Fadhillah, S. A., & Sucipto, H. (2023). Analisis Persepsi Harga , Cita Rasa , Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 409–428.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies Volume*, 3(1), 55–69.
- Zhang, & Xinxin. (2023). Electronic word of mouth (EWoM), brand image and consumer ' s purchase intention : Basis for purchase decision model. *International Journal of Research Studies in Management*, 11(6), 39–51.
- Zulfa, N., Arief, M. Y., & Harisand, Y. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Cita Rasa Dalam Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Bu Tatik Di Kapongan Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(4), 713–728.