

DAFTAR PUSTAKA

- Addriani Sukma Melati, Deni Yanuar, N. S. (2024). *Dampak e-WOM Dan Kepercayaan Merek TERHADAP*. 13(2).
- Afanndi. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kecamatan Ilir Timur II Palembang*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Agistya ,& Khajar. (2022). *Analisis Pengaruh Kesadaran Halal, Sikap, Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Makanan Halal Rocket Chicken Di Kesesi (Study Pada Masyarakat Pekalongan)''*. *Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unisula (Kimu) 7 Universitas Islam Sultan Agung Semarang*, 19 Januari 2022 ISSN. 2808-8778
- Agustin, V., & i Srimulyani, Aurelya Ramadhani Putri Kirana, S. A. R. (2026). *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 2, 1274–1285.
- Aji, K. B., Dwi, B., & Nastiti, H. (2021). *Journal Of Sustainable*. 89–98.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Alamsyah, Dan Setyaningrum. (2018). *Dukungan lokasi dalam peningkatan minat berperilaku konsumen*. *Journal homepage: www.ejournal.uksw.edu/jeb* ISSN 1979-6471 E-ISSN 2528-0147
- Andhani, & Mathori . (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha Vol.3, No.2, Juni 2023*, 468 – 48 ISSN 2808-1617
- Alviansyach, M. Y., Rianto, M. R., Bukhari, E., Widjanarko, W., Beli, M., & Pembelian, K. (2024). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e- WOM) dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Akomodasi*. 2(1), 617–630.
- Amalana. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Mediasi Minat Beli Pada e-Commerce Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Ana Sapitri, Anis Satun Nur Khoiriyah, Sintiawati Sintiawati, & Riki Gana Suyatna. (2024). *Analisis Perbedaan Antara Pengalaman Pembelian Online Dan Offline Dalam Mempengaruhi Prilaku Konsumen*. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(1), 65–74. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i1.2608>
- Andini, & Indrarini. (2024). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo*. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* E-ISSN: 2686-620X Halaman 158-171

- Ang, J. A. A., Tawas, H. N., Sumarauw, J. S. B., Tawas, H. N., Ang, J. A. A., Tawas, H. N., & Sumarauw, J. S. B. (2025). *Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Jaya Bersama Print , Fotocopy And Stationery Kecamatan Tondano Selatan The Influence Of Digital Marketing And Competitive Advantage On Purchase Decisions Through Consumer Satisfaction As An Intervening Variable In Jaya Bersama Print , Photocopy And Stationery South Tondano District Jurnal EMBA Vol . 13 No . 3 Juli 2025 , Hal . 55-65. 13(3), 55–65.*
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brad A. Kleindl dan James L. Burrow. (2005). *E-Commerce Marketing*.
- Buchari Alma. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Buku ini diterbitkan oleh penerbit Alfabeta di Bandung. alfabeta bandung.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.)*. Pearson UK.
- Chelsy Angelia Timothy. (2025). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Social Media Influencers Di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Mediasi Minat Beli Chelsy Angelia Timothy. 4(1), 813–833.*
- Debby Handayani , Yulasmi, L. (2022). *UPI YPTK Promosi , Electronic Word of Mouth dan Persepsi Keamanan terhadap. 3, 366–378. <https://doi.org/10.35134/jbeupiypk.v7i3.187>*
- Desfera, A. K., Rusno, & Nurfarida, I. N. (2022). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan inovasi produk sebagai variabel mediasi (Studi pada konsumen UD. Tiga Saudara Kabupaten Lumajang). Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM), 8(2), 53–59*
- Dewi. & Romadhina. (2024). *Pengaruh Kepemilikan Manaerial Dan Kebijakan Hutang Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Sub-Sektor Pengolahan Makanan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017- 2021). e-ISSN 2580-5118 p-ISSN 2548-1827*
- Ditamei dan Stefani. (2022). *Research Gap, jenis dan cara menemukannya*. DetikFinance. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6347153/research-gap-adalah-jenis-dan-cara-menemukannya>
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS (p. 150).*
- Ekawati, M., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Pengetahuan Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Account Twitter @WRPdiet). Jurnal Administrasi Bisnis, 14(2), 1-8.*
- Fatah, Meisya Fitri & Abdul Halim. (2022). *The Influence Of Product Innovation, Promotions, And Prices On The Decisions To Purchase Oppo Brand Smartphones At The Alya Phones Shop, Kota Pinang The Influence Of Product Innovation, Promotions, And Prices On The Decisions To Purchase Oppo Brand Smartphones At The Alya Phones Shop, Kota Pinang. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE) Vol. 5. No. 2 July 2022 e-ISSN: 2621-*

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi (Edisi 5)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frost, J. S. dan R. (2009). *E-Marketing (Edisi ke-5)*.
- Gamayanto, I. (2018). Inovasi & Pengembangan E-Commerce-CRM Dalam Menghadapi Globalisasi: Studi Kasus-Tokopedia.com. *Jl.Imam Bonjol*, 7(1), 205–207.
- Garson, G. D. (2018). *Statistical Associates Blue Book Series: Partial Least Squares (PLS-SEM)*. Statistical Associates Publishers.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid., & Anwar. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program SmartPls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Penerbit Pt. Inkubator Penulis Indonesia.
- Handayani, & Saputra .(2023). *Pengaruh Hygiene Dan Kualitas Packaging Terhadap Kepuasan Konsumen Di Sop Ayam Klaten Tiban Center*. *Jurnal Mekar Volume 2. No.2. Oktober 2023 E-ISSN 2829-4114 DOI: 10.59193 E-ISSN 2829-4009*
- Hasyim, F., & Nurohman, Y. A. (2021). *Adopsi Teori Perilaku Berencana Dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai*. *Among Makarti*, 14(1), 78–92. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.201>.
- Hardiansyah, M M. (2025). *Pengaruh Produk , e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Muhammad Ma ' ruf Hardiansyah Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- 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(2), 38-52. [doi.org](https://doi.org/10.1002/ijm.10023).
- Hermawati, M.. (2021). Pemanfaatan e-commerce Tokopedia sebagai upaya peningkatan ekonomi warga ibu-ibu PKK. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(6), 602–609. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v4i6.8844>
- Indrawijaya, S. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Roti Manis Pada Industry Kecil Di Kabupaten Sarolangun*. *Jurnal Mankeu*, 1(3), 194-204.
- Intan Cahyaningrum. (2024). *Analisis Minat Masyarakat Menggunakan Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior Dan Literasi Keuangan Studi Kasus BSI KCP Jakarta Bintaro Veteran*.

- Jahja, Y. (2011). *Psikologi perkembangan*. Kencana Prenada Media Group.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi.
- Jushermi. (2009). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli TELKOMNET Instan pada PT. Telkom Cabang Pekanbaru*. *urnal Ekonomi Universitas Riau*, Vol. 17, No. 3
- Juvan. (2018). Gambar II.1 Logo Thankinsomnia Sumber: Instagram.com/thanksinsomnia (Diakses Pada 16/04/2021) •
- Kedaton, M. S., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). *Pengaruh promosi flash sale dan e-WOM terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada pengguna aplikasi Shopee (Studi pada masyarakat pengguna aplikasi Shopee di Kota Madiun)*. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 4, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun*.
- Keller, K. dan. (2022). *Manajemen Pemasaran*. In *Erlangga* (p. 346).
- Khotijah, F. S., Inayah, N. P., & Surabaya, U. N. (2024). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap*. 2(12).
- Kotler, P. (2008). *Managemen pemasaran*, jilid 1. *PT Indeks Kelompok Gramedia*, 1(Cara memanage pemasaran), 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Labora, A. (2025). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk : Studi Regresi pada Skintific di Media Sosial Tiktok Pada Generasi Z*. 4(2), 198–208.
- Laili, I. R., & Subkhan, M. (2024). *Pengaruh Inovasi Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi : Studi Kasus Buketnanaa _ Jogja*. 9(2), 157–166.
- Lesmana, D., Panjaitan, D., & Maimunah, M. (2018). *Tax Compliance Ditinjau dari Theory of Planned Behavior (TPB): Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi dan Badan yang Terdaftar Pada KPP di Kota Palembang*. *InFestasi*, 13(2), 354-366. doi.or.
- Luthfiyatillah. (2020). *Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian*. *Jurnal Penelitian Ipteks Vol. 5No. 1 Januari 2020p-ISSN:2459-9921 E-ISSN:2528-0570*
- Mahyarni, M. (2013). *Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*. *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Maroah, Maria Ulfa. (2021). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Personal, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Ikan Laut*. *Universitas Muhammadiyah Surabaya*. E ISSN 2807-5846 P ISSN 2807-8470
- Martiana, A, Aini Kusniawati, Mukhtar Abdul Kader. (2022). *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)*. *Volume 4 | Nomor 3 | September 2022*. *Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis*
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (2002). *Basic Marketing: A Global Managerial Approach*.

New York: McGraw-Hill.

- Melati.& Yanuar. (2024). Dampak e-Wom Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Somethinc Pada Gen Z Addriani. *Jurnal Komunikasi Global*, 13(2), 2024 ISSN: 2614-7998 (Print), 2614-218X (Online)
- Meuthia. (2017). *Efektifitas Electronic Word of Mouth (e-wom) melalui Media Sosial pada Ekowisata Bahari di Sumatera Barat*. *Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 101-108. doi.org.
- Mochamad Rizki Taufiq Kurnia, 2019 *Pengaruh Kecukupan Modal, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Universitas Pendidikan Indonesia* | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Gramedia Pustaka Utam.
- Musfiqon. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Nikmah, W., Anggarini, D. T., & Siregar, O. (2023). *Kinerja Karyawan yang Dipengaruhi oleh Beban Kerja dan Stres Kerja Melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening pada PT Bank Central Asia Tbk KCU Kedoya Jakarta Barat*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin*, 4(2), 251–262.
- Nugroho, A. S. (2020). *Digital Marketing: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Guepedia.
- Nugroho J. Setiadi. (2008). (Edisi Revisi) *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*.
- Nugroho J. Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Edisi Revisi)*.
- Nuraida & Apriadi. (2025). *Pengaruh Digital Marketing Dan Digital Payment Terhadap Minat Beli Konsumen Janji Jiwa Arif Rahman Cianjur*. *Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi* Volume 5 Nomor 3 September 2025 E-ISSN : 2808-9006; P-ISSN 2808-9391, Hal 458-465
- Nurhikmah. & Syhaputra. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Pt.Gajah Tunggal, Tbk*. p-ISSN: 2338 – 4794 e-ISSN: 2579-7476 Vol.12. No. 1, Januari-April 2024
- Nurmalasari, N., & Latifah, L. (2024). *Peran Minat Beli dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing dan Ketersediaan Metode Pembayaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kota Pontianak*. *Jurnal Ekonomi Integra*, 14(2).
- Nursal. et al . (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi*. e-ISSN:2963-0185,p-ISSN:2963-0142 DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1.i3> Received:19 Mei 2023, Revised:24 Juni 2023, Publish:08 Juli 2023

- philip kotler, K. (2016). *Marketing Management (15th arg.)*. In *pearson education*.
- Prabowo., & Suhartanta. (2024). *Implementasi Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Pada Jurusan TKRO Di SMKN 5 Surakarta*. Jurusan Pendidikan Teknik Otomotif. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Purnomo, F. (2019). *Program Ladit (Lapak Digital) : Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura*. JSMB Vol. 6 (2) 2019 hlm. 55-61 *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>.
- Purwati., & Cahyanti.(2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian*. Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* Juni2022, Vol.11, No.1: 32-46
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). *Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening* *Pendahuluan*. 6(1), 69–80.
- Putri, A. A., Utami, A. P., & Mardayanti, I. (2025). *Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan*. 13(01), 127–132.
- Putri, A. R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Studi, P., Digital, B., Indonesia, U. D., & Pembelian, K. (2025). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Platform E-Commerce di Indonesia*. 2025, 22–31. <https://doi.org/10.65344/mass.v2i2.145>
- Putri, F. A. B. (2023). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM), Brand Image, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Jam Tangan (Studi Kasus Pada Produk Woodka)*.
- Putri, S. Y. (2023). *Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi Oleh Minat Beli*. 8(1), 92–106.
- Rachmadi, T. (2020b). *The Power Of Digital Marketing*. TIGA Ebook.
- Radjab, Enny & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Ramdani, & Hukama . (2025). *The Influence Of Price Perception And Product Quality On Purchasing Decisions At Jago Coffee With Consumer Trust As a Moderating Variable*. JIM UPB Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam Vol.14 No.1 (2025)
- Robbani, N., & Kamila, E. R. (2026). *Pengaruh E-WOM (Electronic Word Of Mouth) dan Harga Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Shopee*. 3(1).
- Rosita, A., Lukitaningsih, A., & Fadhillah, M. (2022). *Peran Celebrity Endorse , Citra Merek , Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli (Studi Kasus Pada Produk Scarlett)*. 21(1), 95–110.
- Salsabila. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan Brand Imagetertahap Keputusan Pembelian*

- melalui Minat Beli sebagai Intervening. *Bisman: Volume 7. Nomor 3, November 2024.* | 633
- Soinbala, R. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian. Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial.*
- Santoso, S., & Dwi, A. (2021). *Panduan Lengkap Analisis SEM-PLS dengan SmartPLS. Jakarta: Elex Media Komputindo (atau beberapa versi juga diterbitkan di penerbit lain tergantung edisi).*
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis.*
- Sholikhah, D. M., Simanullang, M. A., & Prasetya, B. P. (2025). *Pengaruh Digital Marketing dan E-Wom (Elektronik Word of Mouth) terhadap Minat Beli Konsumen Nilu Kopi di Provinsi Yogyakarta.*
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th ed.). Pearson*
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). *Pengaruh e-WOM (Electronic-Word-of-Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian di Agoda.com. Karya Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis, 6(2).*
- Sino, H. W., Latiep, I. F., Handayani, U., & Megarezky, U. (2025). *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di UMKM Kuliner. 1(1).*
- Surbakti, & Evyanto. (2024). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Shopee Di Batam. Jurnal Bina Manajemen 11(2):219-233 DOI:10.52859/jbm.v11i2.371*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
- Suhartini, S., Putri, D. E., & Candra, V. (2020). *Minat beli pelanggan ditinjau dari aspek harga pada UD. Tunas Baru Kecamatan Bandar Hulu. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 3(2), 446-452. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.224>*
- Sukanda, & Dewi. (2018). *Review Of Raw Material Inventory Management At Divisi Kendaraan Khusus Pt. PINDAD (PERSERO) Kota Bandung. Jurnal Riset Akuntansi / Vol X / No.1 / April 2018*
- Sukma. & Shadrina. (2026). *Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word of Mouth(E-WOM) terhadap Minat Beli Generasi Z. Menawan: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi Volume. 4, Nomor. 4 Juli 2026e-ISSN: 3025-4728, p-ISSN: 3025-5899, Hal53-61*
- Sutama. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan R&D. Surakarta: Fairuz Media.*
- Thomas W. Gruen, Talai Osmonbekov, dan A. J. C. (2006). *Journal of Business Research.*
- Timothy, C. A. (2025). *Pengaruh inovasi produk dan social media influencers di YouTube terhadap keputusan pembelian smartphone melalui mediasi minat beli. Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen, 4(1), 813–833.*

- Tjiptono, F. (2018). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In *penerbit Andi*.
- Tritjahjo, S. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tsalisa, S., & Setiyarini, T. (2025). *Pemgaruh e-WOM (Electronic Word Of Mouth) Di Media Sosial Terhadap*. 8(2008), 8019–8025.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Wangsa, I. N. W. (2022). Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth. In *Penerbit Lakeisha* (p. 76).
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). *Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 19(1), 12–26. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>
- Wibowo., Ardy. (2024). *SmartPLS 101. Panduan Lengkap Analisis SEM-PLS Untuk Pemula*.
- Widokarti, J. R. & D. J. P. (2019). *Konsumen, Pemasaran, & Komunikasi Kontemporer Bandung: Pustaka Setia*.
- Widudu, W., & Setiawa, B., Iriyadi. (2020). *Pelatihan Digital Marketing Bagi Karyawan PT Mahatani Bogor Di Era Pandemi Covid 19*. Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika satuan