

DAFTAR PUSTAKA

- Abad Amru Al Majid, S. 2022. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen Pakaian. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 01(03): 24–38.
- Abdullah, M. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman:Aswaja Pressindo.
- Adriyati, R., & Farida, I. 2017. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah. *Journal of Management Diponegoro* 6: 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Afriyanti, Tika, & Rose, R. 2019. Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen* 2(3): 270.
- Al'asqolaini, Muchsin Z., & Ahmad, J. M. 2020. Kualitas Produk dan Harga Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen pada Rebana NS Di Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajemen Bisnis* 17(2): 240.
- Benowati, Silvia G., & Tiurniari, P. 2020. Pengaruh Citra Merek dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business* 1(2): 356–70.
- Chetioui, Youssef, Irfan, B., & Hind, L.. 2021. *Facebook Advertising, EWOM and Consumer Purchase Intention-Evidence from a Collectivistic Emerging Market*. *Journal of Global Marketing* 34(3): 220–37. <https://doi.org/10.1080/08911762.2021.1891359>.
- Diharto, A. K., 2022. *Manajemen Inovasi Dan Kreativitas*. Yogyakarta:Gerbang Media Aksara.
- Edenbrandt, A.K., & Smed, S. 2018. *Exploring the Correlation between Self-Reported Preferences and Actual Purchases of Nutrition Labeled Products*. *Food Policy* 77(October): 71–80.
- Fakhrudin, Arif, Kifni, Y., & Melly, A. D. 2021. *Word of Mouth Marketing Berpengaruh terhadap Keputusan Kuliah*. *Forum Ekonomi* 23(4): 648–57.

- Febyane, Kathleen, & Baroroh, L. 2022. Pengaruh Iklan Media Sosial dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over : 151–56.
- Fourqoniah, Finnah, & Aransyah, M. F. 2020. *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Fraenkel, Jack, Wallen R, & Hyun. 2011. *How To Design and Evaluate Research In Education 8th Edition*. Bonton: Megraw-Hill Higher Education.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Richard, L., Jasmin, B., & Marticotte, F. 2010. *Electronic -Word-of-Mouth Measurement Scale for Eservice Context.” Canadian Journal of Administrative Sciences 27(1): 5–23.*
- Gustiarini, E., & Ekowati, S. 2021. Pengaruh Harga, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Sheren Hijab Bengkulu): 181–88.
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, Dan Memasuki Dunia Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Anggara, T., Rachmat, & Astuti. 2019. *The Influence of Internet Advertising and E-WOM on Perception and Purchase Intention of B2C E-Commerce Costumers in Indonesia. Proceeding of The 3rd International Conference on Accounting, Business & Economics: 207–18.*
- Ismagilova, Elvira, Yogesh, K. D., Emma. S, & Michael, D. W. 2017. *Electronic Word of Mouth (EWOM) in the Marketing Context*. Cham: Springer Nature.
- Istanto, Yuni et al. 2020. *Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha Kecil*. Yogyakarta: Zahir Publishing.

- Istiono, Deni, & Kurniasih, K. 2022. Pengaruh Inovasi Produk dan *Brand Image* terhadap Minat Beli. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Informasi* 3 (1): 229–40.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, G. 2017. *Peran Word of Mouth, Kepercayaan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik pada Pengrajin Kampong Batik Jetis-Sidoarjo*. Surabaya: Mitra Sumber Rejeki.
- Lestari, R. E. 2019. *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Malang: UB Press.
- Luviana, G. A. A., Sembiring, E., & Prami, A. A. I. N. D. 2022. Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram (*Instagram Advertisement*) dan *Electronic Word of Mouth* (Ewom) terhadap Minat Beli di Ayrin Moms & Baby Care. *Journal of Applied Management Studies* 3(2): 149–59.
- Maisyaroh, Fitri, A., & Qurniawati, E. F. 2022. Pengaruh Iklan Facebook terhadap Minat Beli Siswa di Kabupaten Rokan Hulu. *Journal of Social Media and Message* 1(1): 1–12.
- Margahana, H. 2020. *Helisia Margahana under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 License CORE View Metadata*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 5(2): 145–54. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/410>.
- Mariana, Reina, J., & Subarjo. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word Of Mouth* (E - Wom), dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Produk Iphone di Apple Store Yogyakarta. *Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Yogyakarta*. 7: 24159–67.
- Maulidah, F., & Russanti, I. 2021. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Bekas. *E-Journal* 10(3): 62–68. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>.
- Muninggar, D. A., & Rahmadini, A. 2022. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WoM) terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 3(1): 30–39.
- Musnaini, S., Wijoyo, H., & Indrawan, I. 2020. *Digital Marketing*. Purwokerto Selatan: CV Pena Persada.

- Nastiti, D., & Laili, N. 2020. *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Nirma, Welsa, H., & Hutami, L. T. H. 2023. Pengaruh Kualitas dan Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Batrisyia dengan Variabel Intervening Minat Beli. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)* 8(3): 778–89.
- Nurdin, S., & Wildiansyah, V. 2021. Peran Mediasi Citra Merek pada Hubungan Antara *Electronic Word of Mouth* (E-Wom) Oleh Beauty Vlogger dan Minat Beli Produk Kosmetik. *Jurnal Sain Manajemen* 3(1): 11. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>.
- Parnataria, Tri Putri, & Abror. 2019. Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Trust* terhadap E-WOM: *Commitment* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang). *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* 1(3).
- Priadana, Sidik, M., & Sunarsi, D. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, *Online Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Fellas.Co. *Jurnal Bisnis Terapan* 04 (01)(3): 37–46.
- Rabbani, D. B. et al. 2022. *Komunikasi Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Razany, R. F., & Herieningsih, S. W. 2018. Pengaruh Persepsi pada *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) Melalui Beauty Vlogger dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Catrice. *Interaksi Online* 6 (2)(1): 124–33.
- Rusiana, D., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. 2023. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 12(2): 410.
- Sahir, S. H. 2021. *Metodologi Penelitian*. Bantul: KBM Indonesia.

- Sanana, A., Muslichah, E. W., & Istanti, E. 2021. Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, *Electronic Word of Mouth* (EWOM), dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Pucelle pada Masa Pandemi Covid-19 Di Surabaya.” *Benchmark* 2(1): 11–24. <http://journal.febubhara-sby.org/benchmark/article/view/218>.
- Saputra, J. A., & Bahrin, K. 2023. Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Bentuk Kemasan terhadap Minat Beli Produk Tahu.” 4(1): 138–46.
- Saraswati, Laras, N. P., Kusuma, I. G. N. A .G. E. T., & Jodi, I. W. G. A. S. 2022. Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Produk Minuman Chatime di Kota Gianyar. *Values* 3(703–715): 1–5.
- Saskara, I. P. A. 2021. *Media Periklanan Berbasis Implementasi Tutorial Praktek (Dasar, Penggunaan Dan Pembuatan Iklan)*. Bali: Swasta Nulus.
- Septiani, F. 2018. Pengaruh Promosi dan Produk terhadap Minat Beli (Pada Pt. Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta). *Jurnal MADANI: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 1(2): 399–415.
- Setiadi, N. J. 2019. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setiawan, C. R., & Briliana, V. 2021. *Entertainment, Infomativeness, Credibility, Attitudes* terhadap Purchase Intention pada Subscriber Channel Youtube. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 23(1): 111–20.
- Setiyono, W. P et al. 2022. *Determinants of SMEs Performance: The Role of Knowledge Management, Market Orientation, and Product Innovation*. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen* 19(1): 22–40.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sukma P, Riskiana, F., Susanto., & Hutami, L. T. H. 2021. Pengaruh *Green Marketing*, Inovasi Produk, dan *Brand Image* terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9(1): 33–42.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi R. L. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Media Sosial terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9(4): 304–13.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>.
- Suratnoaji, C., Nurhadi., & Candrasari, Y. 2019. *Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*. Banyumas: Sasanti Institute.
- Tangka, GC et al. 2022. Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNSRAT Angkatan 2018. *Jurnal Emba* 10(1): 383–92.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utari, Unga. 2018. *Z Generation Yang Berjiwa Sosial*. Jakarta Timur: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. 2020. *Digital Marketing*. Malang: Edulitera (Anggota IKAPI - N0. 211/JTI/2019).
- Wekas, Bramantyo Jalu et al. 2020. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Untuk Meningkatkan Niat Beli Konsumen Postgraduate Program LSPR ; *Jl . K . H Mas Mansyur , Kav . 35 , Jakarta Pusat 10220* Pendahuluan Saat Ini , Persaingan Di Setiap Industri Meningkatkan Secara Signifikan . *Jurnal Communicology* 8(2): 267–87.
- Wibowo, F. N., Anisa, N. N., & Wulansari, N. 2023. *The Influence of Product Quality and Promotion on Purchase Decisions in Givethanks Printing in Medan*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi* 11(1): 190–99.