

DAFTAR PUSTAKA

- Agustien, P. A., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh Harga dan Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Mascara Maybelline pada Pengguna Shopee Mall Indonesia. *KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 4548–45559.
- Aks, S. M. Y. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Pada Toko Online Thriftshop Berkah Mulia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 246–260. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2730>
- Albushairi, S. ., Huda, N., & Rifani, A. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi pada Riset Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). *Jurnal Universitas Buddhi Dharma*, 2(2).
- Atmajayanti, A. B., Wulandari, D. S., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi. *JRIME: JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1638>
- Fathurrahman, M., & Nasution, M. I. P. (2023). Analisis Penerapan Big Data Pada E-Commerce Shopee. *JUEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3), 1–4. <https://doi.org/10.57218/jueb.v2i3.750>
- Febriyanti, H. E., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere, Promosi, Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 226–239.
- Fraenkel, Jack. R., and Norman E. Wallen. 2012. How to Design and Evaluate
- Ghozali Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*

(9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- 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. <https://doi.org/10.1002/cjas.129>
- Hapsari, D. A., & Soebandhi, S. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Avesina*, 16(1), 8–22.
- Harjadi, D., & Arraniri. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (1st ed.). Insania.
- Herdiansyah, & Yulinar. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, E-WOM, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Sneaker New Balance. *Ikraith Ekonomika*, 7(1), 74–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1>
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (E-WOM) in the Marketing Context*. Springer Nature.
- Julia, S., & Kamilah. (2023). Pengaruh Iklan Tiktok, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1), 63–68. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.205>
- Kawalo, O. R., Wenas, R. S., & Rogi, M. H. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Etsuko Kitchen Manado) the Influence of Electronic Word of Mouth, Price, and Product Quality on Consumer Purchase Intentions (Study of Etsuko Kitchen Ma. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1340–1351.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 2). PT. RajaGrafindo Persada.
- Lau, S., & Soediono, W. (2022). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Belanja Online pada E-Commerce Shopee. *Media Bisnis*, 14(1), 85–92. <https://doi.org/10.34208/mb.v14i1.1685>

- Lestariningsih, W., Azahari, H., & Parwono, T. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *KENDALI: Economics and Social Humanities*, 1(2), 96–104.
- Muninggar, D. A., Rahmadini, A., & Sanjaya, V. F. (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. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.773>
- Muzdalifah, F., Arifin, R., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk UMKM Di Malang Pada Situasi Covid 19 (Studi Kasus Konsumen UMKM Prabujaya Outfit Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 15-28.
- Pandelaki, B. K. M., Pandelaki, B. K. M., Mandey, S. L., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Di R-Zone Cafe Langowan The Influence Of Electronic Word Of Mouth , Location And Price On Purchase Interest At R-Zone Cafe Langowan Oleh : Jurnal EMBA Vol . 11 , No . 1 Januari 2023 . *Emba*, 11(1), 312–323.
- Parnataria, T. P., & Abror, A. (2019). Pengaruh Customer Satisfaction dan Trust Terhadap e-WOM: (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(03), 26–41. <https://doi.org/10.24036/jkmw0278790>
- Peter, J. ., & Olson, J. . (1999). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Putri, E. L. (2023). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Di Indonesia. *Jurnal Tafidu*, 2(1), 42–52.
- Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang

- Dava di Gegerkalong, Bandung. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)*, 3(2), 20–31.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4).
- Rahmansyah, A. P., & Armaniah, H. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Pinkflash Pada Warga Kelurahan Cengkareng Timur. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(3).
- Rosario, K. T. M., Soegoto, A. S., & Mandagie, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Masker Wajah Hanasui Di Kalangan Gen-Z Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 13(1), 346–356.
- Rosdiana, Nuraisyah, Nurdiana, & Syarifah, N. (2022). *Manajemen pemasaran*. Tahta Media Group.
- Santoso, G., & Slamet, G. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN LUWES KESTALAN DI SURAKARTA. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 20(4), 313–320.
- Sari, D. R. (2023). *Strategi Pemasaran dan Kepuasan Konsumen* (1st ed.). CV Literasi Nusantara Abadi.
- Signori, M., & Sholahuddin, M. (2024). Pengaruh Sosial Media, Kualitas Produk, Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di Surakarta, Studi Pada Kosmetik (Skincare) Halal. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 599–610.
- Solihat, S. R., & Sosianika, A. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) di Media Sosial terhadap Minat untuk Membeli Produk Kecantikan (Studi pada Raecca)*. 13–14.
- Sualang, G. M. C., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2023). Pengaruh Electronic Word

- of Mouth (e-WOM), Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Mandala Finance Tbk, Cabang Ratahan. *EMBA*, 11(2), 335–344.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke). Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif perilaku konsumen dan Marketing plan*. Pt Penerbit Ipb Press.
- Sumidartini, A. N. . S. I. S. . & I. V. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Maybelline New York (Survei Pada Star Department Store Summarecon Mall Bekasi)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JUMABI)*, Vol 3(1), 34–44. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. ANDI.
- Tumuju, N. S., & Rogi, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pt. Deho Canning Company Bitung. *EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 78–90.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0* (Indonesia, Issue August). Eureka Media Askara.
- Yaqin, A., Kurniawan, M., & Emilda. (2024). Pengaruh Harga Dan Elektronik Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Mobil Listrik Di Palembang Studi Kasus Wuling Air Ev. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 5862–5868.
- Zhang, J. (2023). The Strategies for Improving the Efficiency of Content Marketing in the Field of E-Commerce. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 16, 129–134. <https://doi.org/10.54097/ehss.v16i.9579>