

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, F. I. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Alfamart Di Kota Mataram. *Open Journal Systems* , 1-10.
- Anggraeny, D. P. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, E-Wom, Citra Perusahaan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Belanja Online Tokopedia (Studi Kasus Pada Konsumen Tokopedia Di Wilayah Jawa Timur). *Hf5410 Marketing. Distribution Of Products* , 1-151.
- Ardan, S. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee Di Kecamatan Gedangan Sidoarjo. *Hc Economics* , 87.
- Ardhiansyah, A. N., & Marlana, N. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Produk Geoffmax. *Akuntabel* , 379-391.
- Arum Wahyuni Purbohastuti, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan, Volume 04 Nomor 01* , 10.
- Aziza, U. L. (2022). Pengaruh Citra Destinasi Dan Electric *Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar. *Hb Economic Theory* , 79.
- Bahri, Y. D. (2022). Pengaruh E-Wom Pada Konten Media Sosial Instagram Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Ms Glow. *Hc Economics* , 58.
- Eka Mariyanti, P. E. (2018). Persepsi Konsumen Terhadap Minat Berkunjung Pada Hotel Syariah Di Kota Padang. *Menara Ekonomi* , 9.
- Eldons, A. (2020). Pengaruh Dimensi - Dimensi Perceived Value Terhadap Loyalitas Konsumen Shaburi Shabu Shabu Mall Kelapa Gading Jakarta Utara . *Hd28 Management Industrial Management* , 63.
- Fu'aida, U. (2021). Dampak Kredibilitas E-Wom Produk Kecantikan Untuk Diadopsi: Eksplorasi Review Pada Website Female Daily Menggunakan Model Elm. *T58.6-58.62 Management Information Systems* , 141.
- Hakim, L. L. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan Volume 4, No. 3* , 81-86.

- Hariono, L. (2018). Apakah E-Wom (*Electronic Word Of Mouth*) Bisa Mengalahkan Wom (*Word Of Mouth*) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Kompetensi* , 23.
- Juan Putera Sandy, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen Di Jokopi Untung Suropati Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* , 16.
- Kurniawan, H. A., & Indriani, F. (2018). Pengaruh Product Knowledge, Perceived Quality, Perceived Risk, Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Pada Motor Kawasaki Ninja 250 Fi Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management Volume 7* , 1-13.
- Mudjiono, E. (2022). Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Kualitas Pelayanan Kredit Terhadap Profit Koperasi Serba Usaha Mitra Rakyat Kantor Cabang Betrou Juanda. *Hb Economic Theory* , 82.
- Nico Rifanto Halim, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)* , 10.
- Nurdin, S., & Sulastri, A. (2018). Lifestyle, Perceived Value Dan Customer Value Terhadap Minat Beli. *Ekspansi Vol. 10, No. 2* , 147-162.
- Prakosa, S. S. (2018). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Citra Toko Terhadap Niat Beli Hand Phone (Hp) Secara Online Di Kalangan Pelajar Menengah Ke Atas Di Kota Magelang. *Master Of Management* , 155.
- Pratama, A. (2022). Analisis Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Product Quality, Dan Price Terhadap Brand Image Melalui Perceived Value Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Penjualan Eiger Secara Online). *Hc Economics* , 192.
- Putri, I. F. (2021). Analisis Pengaruh Social Network Marketing Dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Online Shop Hijabku Di Kota Gresik). *H Social Sciences (General)* , 117.
- Sarayar, M. C., Soepeno, D., & Rainfung, M. C. (2021). Pengaruh E-Wom, Harga, Dan Kualitas Product Terhadap Minat Beli Folcis Pudding Manado. *Emba* , 294-303.
- Sari, D. M., & Mitafitrotin. (2020). Perceived Price, Product Design Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Wardah Di Marketplace Shopee Mall. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* , 81-89.

- Satrio, R. D. (2022). Analisis Pengaruh Testimoni Dan Endorsement Terhadap Minat Beli Pada Toko Seikat Kembang Madiun. *Hd28 Management Industrial Management* , 92.
- Wangsahardja, B. (2019). Pengaruh Trust Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Konsumen Boxify.Id. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* , 726-735.
- Wardhani, D. K. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Beauty Vlogger Sebagai *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybelline. *As Academies And Learned Societies (General)* , 97.