

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. & Jogiyanto 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Ajis, H.J. 2020. Pengaruh Electronic Service Quality, Dan Price Perception Terhadap keputusan Pembelian Layanan Premium Spotify. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(3).
- Alfian, Z. & Utami, S. 2019. Pengaruh E-Wom Terhadap Keinginan Untuk Membeli Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Aplikasi Steam di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1): 258–268. Tersedia di [www.kompas.com](http://www.kompas.com).
- Amidjaya, P. & Widagdo, A.K. 2019. Sustainability Reporting in Indonesian Listed Banks: Do Corporate Governance, Ownership Structure and Digital Banking Matter? *Journal of Applied Accounting Research*, 21(2).
- Amri, F. 2023. STUDI MENGENAI KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA WEDDING AND EVENT ORGANIZER (Studi kasus di Master Winner Wedding and Event Organizer di Surabaya). *Soetomo Management Review*, 1(3): 249–262.
- Andrew, J. & Erdiansyah, R. 2021. Analisis Pengaruh E-WOM, Online Review, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di Market Place Tokopedia. *Prologia*, 5(1): 127.
- Arigata, I.M.D., Anggraini, N.P.N. & Ribek, P.K. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Orang Tua Peserta Didik pada TK Kartika Mandala Denpasar. *Values*, 3(2): 586–597.
- Asrori 2020. *Psikologi pendidikan pendekatan multidisipliner*. Jawa Tengah: CV Pena Perada.
- Aziza, U.L.N. & Purwanto, S. 2022. Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(1): 2077–2084.
- Batubara, N.S.U., Nasution, A.P. & Prayoga, Y. 2021. Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Tabung Gas LPG 12 KG Pada PT. Jalahan Arta Prima Rantauprapat. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 01(01): 86–96. Tersedia di <http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI>.
- Brown, T.J. & Dacin, P.A. 1997. The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing*, 61(1): 68–84.

- Budianto, E. & Romlah, S. 2019. Pengaruh Net Interest Margin Dan Non Performing Loan Terhadap Return on Assets. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 8(1): 13–24.
- Chandra, A. 2020. Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Mendaftar dengan Kualitas Prodi sebagai Variabel Moderating di Universitas Catur Insani Cendekia. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 27(2): 69. Tersedia di <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JEP/article/view/731%0Ahttps://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JEP/article/download/731/489>.
- Fauziah, N. & Mubarak, D.A.A. 2019. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. . *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1): 37–44.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Babin, B.J. & Black, W.C. 2018. *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. United Kingdom: Annabel Ainscow.
- Izdihar, G. & Purwanto, S. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Iphone Pada Mahasiswa Generazi Z. *Jurnal Ilmiah Semarang*, 5(2): 1–16.
- Kotler, P. & Armstrong 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ksatriyani, S. & Djawoto 2019. Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image (Citra Merek), Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(9): 1–22.
- Lestari, C.P. 2019. *Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Brand Image (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Oppo di Perguruan Tinggi Jombang)*. STIE PGRI Dewantara.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A.N., Mujahidah, S.H. & Herianingrum, S. 2020. Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1): 101–115.
- Masdaner, R. & Ruliana, P. 2021. Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Dalam Minat Beli Layanan Aplikasi Musik Spotify. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2): 356–373.
- Nafiati, D.A. 2021. Revisi taksonomi Bloom: Kognitif, afektif, dan psikomotorik. *Humanika*, 21(2): 151–172.
- Naibaho, E.D., Regina, S. & Darinda, S.T. 2020. Pada Mata Pelajaran Matematika Kelas V Di Sd Negeri 24 Tanjung Bunga. *School education journal*, 10(4): 342–351.

- Nasir, A. 2018. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 6(2): 9–16.
- 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. Tersedia di <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>.
- Oktafia, S.D. & Sutarwati, S. 2023. The Influence of Electronic Word of Mouth and Brand Image on the Interest in Buying Citilink Passenger Tickets at Juanda International Airport. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(1): 61–76.
- Oscar, B. & Sumirah, D. 2019. Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1): 1–11.
- Pamunggar, I.S.P. 2023. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Decision Melalui Brand Trust Dengan Risk Perception Sebagai Moderating (Kasus Pada Pengguna Lazada di Indonesia)*. Universitas Siliwangi.
- Prakarsa, S. 2021. Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Ramli, R.A.L.P. & Silalahi, R.Y.B. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Tingkat Penjualan Mobil Toyota Yaris di Wilayah Batam. *Bening*, 7(1).
- Ratnawati, H. & Pradana, D. 2020. Electronic Word of Mouth (E-WOM), Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Langsung dan Tak Langsung terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa FEB UNTAG di Semarang). *Media Ekonomi dan Manajemen*, 30(1): 274–282.
- Rosdiana, R., Haris, I.A. & Suwena, K.R. 2019. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1): 318.
- Safitri, A.N. 2021. Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1): 1–9.
- Said, R. 2021. Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya terhadap Minat Konsumen Membeli. *Jurnal Ilmiah Bongaya (JIB)*, 5(2).
- Sanjaya, F.A., Ambarwati, R. & Lesmanawati, D. 2022. Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar”

- Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2): 82–89.
- Saputra, F. & Mahaputra, M.R. 2022. Building Occupational Safety and Health (K3): Analysis of the Work Environment and Work Discipline. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 2(3): 105–114.
- Sari, M.B. & Soebiantoro, U. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2): 851–858.
- Sari, S.P. 2020. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1): 147.
- Simanihuruk, P. 2019. PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT (Studi Kasus: Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Pada Masyarakat Kecamatan Medan Tembung). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19: 82–89.
- Sitanggang, F.C. & Hidayat, R. 2018. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (ewom) Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli (studi Kasus Pada Warunk Upnormal Di Kota Bandung Tahun 2018). *eProceedings ...*, 4(2): 348–356. Tersedia di <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/6561>.
- Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono 2021. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandi, S., Yusuf, A. & Kadarusman, Y. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. BFI Finance Indonesia TBK Cabang Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2): 261.
- Susanti, L. 2021. Minat Beli Konsumen Teh Botol Kemasan terhadap Variasi Produk dan Kemasan Produk. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 3(2): 104–112.