

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah*. Diponegoro Journal of Management, 6, 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado* the Effect of Brand Image and Electronic Word of Mouth on Interest To Buy Oriflame Consumers in Manado. *Riset Ekonomi*, 7(1), 131–140.
- Amelia, A. S. (2016). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffe Time Kopo*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 31(1), 7–15.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Widyakala Journal, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*. In Jurnal Ekonomi (Vol. 22, Issue 1). <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Darmanto, A., Pradiani, T., & Ruspitasari, W. D. (2021). *Pengaruh Kualitas Website Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Bukalapak.Com*. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 2(1), 20–33. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i1.444>
- Dewi, W. W. A., & Naya, A. W. Des. (2020). *Pengaruh Webqual 4.0 Terhadap Minat Beli (Studi Kuantitatif pada E-Commerce Mataharimall.com)*. Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer, 6(2), 226–237.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *pengaruh kualitas website (WebQual) dan Eleltronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian situs belanja online lazada*. 11–43.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020). *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Manumpil, A., Mananeke, L., & Samadi, R. L. (2021). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Geprek Benu Manado*. Jurnal EMBA, 9(3), 1808–1818.
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay* (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>

- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh*. Journal of Economic, Management, Accounting and Technology, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Ono, S. (2020). *Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation*. Jurnal Keterampilan Fisik, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Pambudi, F. B. (2022). *mouth (e-wom) dan brand image terhadap minat beli produk erigo apparel (sudi kasus pada pembeli produk erigo apparel secara online)*.
- Permana, A. I. (2020). *Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak*. Ekonomi Bisnis, 25(2), 94–109. <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Pradita, P. (2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keragamamn Produk, dan Keamanan Bertransaksi Terhadap Minat Beli Di E- Commerce Tokopedia*.
- RI, M. K. (2019). *Manajemen Dan Eksekutif*. Ayan, 8(5), 55.
- Rondonuwu, F., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2018). *Pengaruh Work-life Balance Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis, 7(2), 30–39.
- Sandria, W. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Kampoeng Radja Di Kota Jambi*. Journal Development, 7(1), 60–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v7i1.130>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). *Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ekonomika Dan Manajemen, 8(1), 21–34.
- Sugiharto, S. (2015). *Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya*. Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture, 53(9 (AMDK)), 1689–1699.
- Suhari, Y. (2010). *E-Commerce : Model Perilaku Konsumen*.
- Suharto, C. A. ., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado*. Jurnal EMBA, 4(3), 209–221.
- Wardhana, A. (2014). *Determinan Kualitas Layanan Internet Banking Dengan Menggunakan Metode Webqual Versi 4.0 Dan Pengaruhnya Terhadap*
- Yulianti. (2020). *Minat Beli Pengguna E-Commerce Pada Mahasiswa Kota Palembang (Studi Pada Toko Online Shopee)* SKRIPSI Disusun Oleh : Amida Yulianti STIE Multi Data Palembang Program Studi Akuntansi.