

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan Leila N. Vosta. 2014. Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Minat beli : The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143, No. 71, Hal: 822-826
- Aditi, B., Silaban, P., & Edward, Y. (2023). The effect of social media and word of mouth on minat beli and brand image in creative economic business. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 225-234.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Aldiana, U., Adji, S., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Wom (Word of Mouth) Terhadap Kepuasan Konsumen. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2).
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh social media marketing dan e-wom terhadap minat beli produk geoffmax. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 18(3), 379-391.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Penetrasi dan profil perilaku pengguna internet Indonesia 2018*. Retrieved, February 1, 2020, from <https://www.apjii.or.id/survei>
- Dewi, R. N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat beli Sebagai Variabel Intervening. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 2019.
- Dhingra, S., Gupta, S., & Bhatt, R. (2020). A study of relationship among service quality of E-commerce websites, customer satisfaction, and Minat beli . *International Journal of E-Business Research (IJEBR)*, 16(3), 42-59.
- Durianto, Darmadi. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Fakhrudin, A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Penumpang Menggunakan Maskapai Sriwijaya Air. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(2).
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fransisco, C., & Ratnawilli, R. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth and Service Quality on Minat beli at Mega Manna Hotel Bengkulu Selatan. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(3), 499-506.
- Harahap, M. A. K. 2013. *Analisis Pengaruh Brand image Dan Word of mouth (WOM) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa FE UNY)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Harris et al , 2013. The costumer consequences of returns in online retailing: An empirical analysis. *Journal of Operation Management* 30. (2012) 282-294
- Heryanto, Imam. 2015. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. Vol. 9 No. 2

- Jasin, M. (2022). The Role of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Brand Image and Minat beli of SMEs Product. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 1(4), 54-62.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5 th edition.New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Service quality Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584
- Muslim, R. A. Wardani, N. H., & Wijoyo, S. H. (2019). Analisis Pengaruh Pemasaran melalui Media Socialterhadap Loyalitas Merek pada Instagram Tomoo Steak. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* e-ISSN, 3(8), 7515-7523. from <http://jptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/5879>
- Ni Luh Julianti (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai. *Jurnal Vol. 4 No. 1*
- Ningsih, F. F., Darmawan, K., & Irdiana, S. (2021). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, dan Service quality Terhadap Minat beli Ulang pada Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 3(3), 189-198.
- Nita, N., & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 867-875.
- Nugraha, A. S., Suharjo, B. and Sahara, S. (2015) ‘Efektivitas Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Toko Ritel Produk Susu Cair PT. Frisian Flag Indonesia’, *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 1(2). doi:10.17358/jabm.1.2.88
- Percy, Larry dan Richard *Rosenbaum-Elliott*. 2016. *Strategic Advertising. Management* Fifth Edition. London: Oxford University Press
- Prasetyo, I. (2021). Pengaruh Brand Image dan Service Quality terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 82-87.
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Socialterhadap Kinerja Pemasaraan. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.23917/benefit.v3i1.5647>
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. (2022). Faktor Penentu Minat beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 29-40.

- Qadhafi, N.E. 2017, “Pengaruh WOM (Word of Mouth), Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Air Mineral Dzakya”, kripsi, Institut Agama Islam Surakarta
- Qalati, S. A., Vela, E. G., Li, W., Dakhan, S. A., Hong Thuy, T. T., & Merani, S. H. (2021). Effects of perceived service quality, website quality, and reputation on Minat beli : The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1869363.
- Rahmadini, A., & Muslihat, A. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan E-service Quality terhadap Minat beli pada Marketplace Lazada di Media SocialFacebook. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1739-1761.
- Risanti, A., & Khuzaini. (2017). Pengaruh service quality, kualitas produk, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(4), 1-17.
- Rizky, M.F. & Yasin, H. (2014), Pengaruh Promosi dna Harga Terhadap Minat beli . Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan.
- Saifulloh, M., & Raharjo, S. (2021). Pengaruh Social media promotion, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Raja Hp Tenggarong). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(1), 84-101.
- Sajid, S. I. (2016). Social media and its role in marketing. *Business and Economics Journal*, 7(1), 2–5. <https://doi.org/10.4172/2151-6219.1000203>
- Sanny, L., Arina, A., Maulidya, R., & Pertiwi, R. (2020). Minat beli on Indonesia male’s skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust. *Management Science Letters*, 10(10), 2139-2146.
- Sari, Ratna Dwi Kartika. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Cummunication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV.Mega Jaya MebelSemarang.Jurnal.Universitas Diponegoro
- Singarimbun, M & Effendi, S. (2011). Metode Penelitian Survai. Jakarta: LP3S
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatit Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, N.D., Aryati, I., & Damayanti, R. 2019. Historis, Daya Tarik dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Berkunjung di De Tjolomadoe, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol.12, No.2: 10-14.
- Tunggadewi, F. P., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Promosi dan E-Service Quality terhadap Minat beli Ulang Penggunaan Gopay. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 406-422.