

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Al Qusaeri, M. A., Wiliyanto, K., W., M., Khasanah, M., Fathurozak, & Bahtiar. (2024). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen CV. Alisa. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(3), 9107–9117.
- Ambarwati, A., Untari, D. T., & Andrian. (2024). Pengaruh Fasilitas Toko, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 263–275.
- Angelina, R. T. (2023). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2), 119–128. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771>
- Aripin, M. Z., & Febrianto, A. (2022). Product Based Value Added dalam Meningkatkan Costumer Decision di Indomaret Kraksaan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 102–120. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i1.1310>
- Ayuningtyas, L. S., & Nugraha, H. S. (2021). Pengaruh E-Word. Of. Mouth, Lokasi, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pantai Menganti Kebumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 652–663.
- Bangun, C. S., Suhara, T., & Husin, H. (2023). Penerapan teori planned behavior dan perceived value pada online purchase behavior. *Technomedia Journal*, 8, 123–134.
- Chairunisa, S., & Dwiyanto, B. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Experiential Marketing, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Objek Wisata Religi Masjid Agung Banten. *Diponegoro Journal of Management*, 12(2).
- Confetto, M. G., Covucci, C., Addeo, F., & Normando, M. (2023). Sustainability advocacy antecedents: how social media content influences sustainable behaviours among Generation Z. *Journal of Consumer Marketing*, 40(6), 758–774.

- Dewi, I. R., & Hidayah, A. A. (2024). Green Marketing Dan Keputusan Pembelian Produk Organik: Pendekatan Theory Of Planned Behavior. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(1), 19–32.
- Dianamurti, I. T., & Damayanti, D. (2023). Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1).
- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329–340. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.10.001>
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027.
- Hardina, M. S., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata Taman Sari di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Hijuzaman, O., & Yudhanegara, D. (2022). Pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah melalui mediasi Kepuasan Pelanggan di PT. Bumi Jaya Propertindo. *Jurnal Teknologika*, 12(2), 289–294.
- Ikhsan, I., Ernawati, S., & Hamidah, N. K. (2024). Pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di Black Cafe. *Journal Sains Student Research*, 2(4), 1182–1191.
- Kemendag. (2023). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kuncoro, A. H., & Azizah, R. (2024). Analisis Pola Sirkulasi pada Pasar Klithikan Notoharjo Solo. 5(SIAR), 273–280. <http://siar.ums.ac.id/>
- Mandey, S. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Pada Onairlook Barbershop Manado Di Tengah Oandemi Covid 19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1767–1776.

- Maulana, A. Z., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1).
- Mulati, I. R., & Kuswati, R. (2022). Pengaruh Sikap Lingkungan Terhadap Perilaku Pro Lingkungan Yang Dimediasi Oleh Kepedulian Lingkungan Dan Kemauan Membayar Lebih. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 18(3), 157–167.
- Murtiningsih, D. (2023). Pengaruh Word of Mouth, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi. *Judicious*, 4(1), 29–37.
- Nisa, S., Budiatmo, A., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh Atribut Produk Wisata dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung (Studi pada Objek Wisata Linggoasri Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 689–697.
- Noor, F., Utari, W., W., M., & N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), 581–594.
- Peong, H. K., Budiman, A. A., & Ciptosari, F. (2025). Pengaruh Ketersediaan Produk, Packaging, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Moderasi. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 4(1), 66–76.
- Purbarani Hanesty, V. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Semarang, Universitas Diponogoro*.
- Putri, J. A. (2021). Pengaruh Produk, Harga Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Generasi Millenial Dalam Pembelian Produk Kuliner Tradisional di Pasar Semawis Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 7(2), 88–101.
- Ratar, M., Sangkoy, M., & Budiman, M. (2021). Pengaruh ketersediaan Prasarana dan Sarana Pariwisata terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Kunjungan Wisata di Manado (Studi Kasus Daerah Wisata Bunaken. *Global Science*, 2(1), 7–14.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>

- Rizqi, F., & Jumani, A. (2022). Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 203–214.
- Rumajar, M. D., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Lokasi dan Atmosfer Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Warkop Kemang Manado. *Jurnal EMBA*, 10(3), 266–275.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Sari, W. A., & Najmudin, M. (2021). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. *Efektif Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 49–58.
- Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 320–330.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi.
- Sianturi, H. C., & Paludi, S. (2022). Signifikansi Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Lokasi Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Snowbay Waterpark TMII. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1), 38–46.
- Sulasih, S., Adawiyah, W. R., & Adi, P. H. (2021). Model Theory Of Planned Behaviour dalam Memprediksi Perilaku Konsumsi Jamu Perspektif Konsumsi Islam Serta Implikasi pada Strategi Pemasaran. *Muslim Heritage*, 6(2), 405–421.
- Syah, A. B., Prihatini, A. E., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada layanan video streaming digital Viu. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 532–539.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56.