

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzkia, S., Yohana, C., & Parlyna, R. (2021). Peran Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Minat Beli Minuman Bubble Tea. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 336–346.
- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 131–140.
- Anggreni, D. (2022). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan*. Mojokerto: STIKes Majapahit Mojokerto.
- Aprian, B. A., & Hidayat, A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Snack Coklat Tobelo Pada PT. Bumi Tangerang Coklat Utama. *ECo-Buss*, 1(1), 44–55.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arista, L., & Lasmana, H. (2019). Pengaruh Review Oleh Sarah Ayu Pada Produk Kecantikan Di Youtube Dan Brand Awarness Terhadap Keputusan Menggunakan Produk. *SCRIPTURA: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 9(1), 26–34.
- Azwar, S. (2017). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Psikologi (II)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, T. (2016). Y and Z Generation at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106.
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam. *TRIANGLE: Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(2), 365–370.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*. Bogor: Guepedia.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan & Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Dill, K. (2015). Things Employers Should Know About The Gen Z Workforce. *Forbes Magazin*.
- Elmore, T. (2014). *How Generation Z Differs from Generation Y*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, Disertasi, Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 390.
- Hair, J. F., & et al. (2019). Partial Least Squares Structural Equation Modeling-Based Discrete Choice Modeling: An Illustration In Modeling Retailer Choice. *Business Research*, 12(1), 115–142.
- Haqiqi, N., & Adji, W. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Perkebunan Andritani Farm Kabupaten Cianjur. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 5(3), 717–729.
- Hennig-thuaru, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic Word-of-Mouth Via Consume-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves On The Internet ? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education, 2010.
- Komala, V. Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Skin Care MS Glow (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2018)*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kuntjojo. (2009). *Metodologi Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI.
- Kuswibowo, C., & Murti, A. K. (2021). Pengaruh Brand Image, Promotion, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Online Shop. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 5(1), 53–61.
- Lyons, S. (2004). *An Exploration of Generational Values In Life and At Work*.
- Majid, A. A. Al, & Sumadi. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen Pakaian Pada E-Commerce di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(3), 24–38.
- Mariana, J. R., & Subarjo. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-Wom), dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Iphone di Apple Store Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 24159–24167.
- Marini, M. (2017). Pengaruh Profesionalisme, Pengetahuan Mendeteksi Kekeliruan, Dan Etika Profesi Terhadap Pertimbangan Tingkat Materialitas Akuntan Publik. *Keberlanjutan*, 2(1), 396–430.
- Meuthia. (2017). Efektifitas Electronic Word of Mouth (E-WOM) Melalui Media Sosial Pada Ekowisata Bahari Di Sumatera Barat. *Jurnal Nasional Teknologi*

& *Sistem Informasi*, 3(1), 101–108.

- Mulyadi, M. (2015). *Metode Penelitian Praktis: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Publica Intitute-Anggota IKPAI Jakarta.
- Nulufi, K., & Muwartingsih. (2015). Minat Beli Sebagai mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129–141.
- Padila, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Body Lotion Ms Glow di Ecommerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Nasional*. Universitas Nasional.
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
- Pendelaki, B. K. ., Mandey, S. L., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli di R-Zone Cafe Langowan. *Jurnal EMBA*, 11(1), 312–232.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Purwanto. (2018). *Teknik Pengusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian EkonoI Syariah*. Magelang: StaiaPress.
- Rahayu, P. P., Irsyadiah, A. U., Fitriyatinur, Q., & Indiarti, P. T. (2021). Pemberian Edukasi Kepada Masyarakat Tentang Generasi Z dan Keunikannya. *Jurnal Pengabdian Sosial Indonesia*, 1(1), 43–53.
- Ratnawati, A., & Lestari, A. A. (2018). Peran Brand Trust dalam Memediasi Brand Experience, Brand Personality dan Brand Community Terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 185–202.
- Rosita, N., & Tahmat. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tong Tji Tematik Di Supermarket Borma Dago dan Borma Cikutra. *SoBat*, 1(1), 61–73.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61.
- Sari, N. K. L., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Association, dan Brand Awarness Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek Asus. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 4099–4126.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offsite.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seirit. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.

