

REFERENSI

- Abdullah, A., Baso, A. B. A. N., Ilham, I., & Sulkifli, S. (2023). Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Sosial Capital Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM Produk Koral dan Ikan Hias. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 90–100. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.122>
- Alif Harvianam, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Pembelian Produk Energi Terbarukan. *Jurnal Sosial Sains*, 2(5), 578–585. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v2i5.392>
- Anas, H., Nilasari, P., Wijayaningsih, R., & Andrian. (2023). The Influence of Price Perception and Trust on Purchasing Intention of Women's Care at E-commerce. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(7), 2931–2944. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i7.5082>
- Arif., M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>
- Asyifa, I. N. U. R., Judul, H., Studi, P., Bisnis, M., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., Raden, N., & Said, M. A. S. (2023). Pengaruh Citra Merek , Electronic Word of Mouth Dan Brand Ambassador Terhadap Korean Spicy Chicken.
- Budi, J. (2020). STRATEGI DISTRIBUSI PRODUK TEH BOTOL SOSRO OLEH PT. SINAR SOSRO CABANG KENDARI. *Jurnal Komastie*, Vol 1(1), 15–27. <https://media.neliti.com/media/publications/344669-strategi-distribusi-produk-teh-botol-sos-378d5e5e.pdf>

- Chi, H., Yeh, H. R., & Tsai, Y. C. (2011). The influences of perceived value on consumer purchase intention: the moderating effect of advertising endorser. *Journal of International Management Studies*, 6(1), 1–6.
- Dhamayanti, S. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT . Pegadaian Di Jakarta. *Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 87–100.
- Eka Arianthi, D., & Surya Sampurna, D. (2020). Analysis of The Influence of Brand Image, Service Quality, and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions (Case Study on Shopee’s Consumers). 1–22.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fadhli Nursal, M., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(3), 111–118. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Febryanti, H., & Hasan, F. (2022). Agriscience Pengaruh Word of Mouth Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry’S Kota Pasuruan the Effect of Word of Mouth and Online Promotion on Purchase Interest in Purchase in Online Food Business *Ric*. 3, 164–178. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). e-WOM Scale : Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context *. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l’Administration*, 23, 5–23.

- Hastuti, R. P. (2022). ENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DESA JENGGRİK KEDUNGGALAR NGAWI.
- Hati, E. E. P., Huda, S. A. N., Aisyah, S., & ... (2023). Pengaruh Harga, Merek, Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Indomie Goreng Di Kalangan Masyarakat Desa Gadel Jurnal Akuntansi Dan ..., August. https://www.researchgate.net/profile/Stevani-Nurul-Huda/publication/372951407_PENGARUH_HARGA_MEREK_DAN_LABEL_HALAL_TERHADAP_MINAT_BELI_PRODUK_INDOMIE_GORENG_DI_KALANGAN_MASYARAKAT_DESA_GADEL_KECAMATAN_TUKDANA_KABUPATEN_INDRAMAYU/links/64d08cd6d394182ab3b0
- Irianto, D. R. (2020). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Mitra Bukalapak (Studi pada Konsumen Mitra Bukalapak di Kota Malang). Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 12–26.
- Keegan, W. J. (2011). Manajemen Pemasaran Global, Jilid 1, dan 2 (6th ed.). Indeks Jakarta.
- Kholipah, P. D., Ali, H., & Untari, D. T. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP DENGAN LOYALITAS KONSUMEN SEBAGAI INTERVENING (Studi Pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Jurnal Economina, 2(11), 3392–3411. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.979>
- Kotler, P., & Armstrong. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Perhalindo Persana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 1 (13th ed.). Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Jakarta :

Penerbit Erlangga.

- Kurnia, R. A. D., Masitoh, M. R., & Huddin, M. N. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instagram Mcdonald's Indonesia). *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 4(1), 23–37.
- Kurniawan, A., Yusuf, M., Manueke, B. B. R., Norvadewi, N., & Nurriqli, A. (2022). in Tokopedia Applications, the Effect of Electronic Word of Mouth and Digital Payment on Buying Intention. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 272. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2256>
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 185.
- Mujid, A., & Andrian. (2021). Strategi citra merek, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat melanjutkan sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66–76.
- Munir, M., & Putri, A. F. W. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi, Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Ulang Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo di Surabaya. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 2(3), 88–93. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v2i3.341>
- Purnamasari, W., Rohmatiah, A., & Indartini, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Semen Gresik Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Distributor PT Abadi Putera Wirajaya). *JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1), 40–50. <https://doi.org/10.33319/jeko.v10i1.87>
- Putra, K. A. (2022). The influence of electronic word of mouth through Tiktok on purchasing intention of skincare products in Indonesia. 1(3), 312–323.
- Rahmawati, N. D., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH FLASH SALE, LIVE SHOPPING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP

- KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BRAND SKINTIFIC DI SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2740–2755. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.897>
- Ramadayanti, F., & Kurriwati, N. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen di Era Pandemi Studi Pada Ramio Cafe And Mart di Sumenep. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(4), 99–110. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i4.13507>
- Rawi, R. D. P., & Civaningrum, A. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Cv Sentosa Abadi. <http://dx.doi.org/10.31227/osf.io/bxu9y>
- Rayi, G., & Aras, M. (2021). How Product Innovation and Motivation Drive Purchase Decision as Consumer Buying Behavior. *Journal of Distribution Science*, 19(1), 49–60. <https://doi.org/10.15722/jds.19.1.202101.49>
- Riskyawan Andi Wijaya. (2021). MINAT BELI SMARTPHONE (Study Empiris Pada Smartphone Merek OPPO).
- Saputra, J. A., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Bentuk Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Tahu. (JEMS) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(1), 138–146. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i1.4438>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed.). New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Septia, V. M. (2023). Pengaruh Sistem Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan Sikumbang Karya Kota Padang. *JIABIS : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Dan Sosial*, 1(3), 39–50.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

- Sri Marini. (2019). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya Pada Minat Beli Kaos Kaki Champ. ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal), 5(1), 125–134. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i1.236>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sujarweni, W. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Pustaka Baru Press.
- Suryati, L. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Di Café 38 Coffee Lab Yang Di Mediasi Electronic Word Of Mouth Marketing. Literasi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 3(1), 104–119.
- Suyaman, D. J., Andriani, E. F., Alifiana, S., Juniar, D., & Azzahra, F. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 4(1), 472–587. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.361>
- Tanuwijaya, W., Tandrayuwana, S., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Generasi Z Di Kota Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan, 8(1), 50–58. <https://doi.org/10.9744/jmp.8.1.50-58>
- Tjiptono, F. (2015). Pemasaran Jasa. Yogyakarta : Andi.
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. wayan C. A., Muryatini, N. N., & Yasa, G. D. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. E-Jurnal Manajemen, 11(1), 190–209.
- Wiludjeng, S., & Purwaningdyah, S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. 19(November), 73–80.

Yusuf, S. M., & Said, M. (2019). Konsep & Strategi Pemasaran. Makassar : Sah Media.

