

DAFTAR PUSTAKA

- Aberth, W. A. V. P. (2024). *Jumlah Orang yang Hidup Lebih Sehat Bertambah 1,4 Miliar di 2024*. <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-orang-yang-hidup-lebih-sehat-bertambah-14-miliar-di-2024-hRfaA>
- Afif Maulana Ibrahim, H. A. (2024). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Desa Pabuaran). *Jurnal Ekonomis*, 14(1), 76–88.
- Alvina Ayu Septianingrum, & Ida Martini. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kenyamanan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Soto Mas Boed Semarang. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 272–288. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i6.409>
- Aprelyani, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E- Commerce Shopee pada Generasi Z. 2(3), 163–173.
- Ariffin, A. N., & Februadi, A. C. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Motivasi Belanja Hedonis, dan Fashion Consciousness Pengguna Tiktok terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Produk Fashion Lokal. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(01), 1024–1032. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4365>
- Arum Wahyuni Purbohastuti, A. A. H. (2021). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Dinda Rachmawati. (2024). *Setelah Pandemi, Kesadaran Masyarakat Hidup Sehat dari Pola Makan Bernutrisi Makin Meningkat*. <https://www.suara.com/lifestyle/2024/02/19/190500/setelah-pandemi-kesadaran-masyarakat-hidup-sehat-dari-pola-makan-bernutrisi-makin-meningkat>
- Dwi Oktavia, A., & Sisilia, K. (2024). Pengaruh Brand Love Terhadap Brand Loyalty Melalui Self-Esteem Sebagai Variabel Mediasi Pada Local Skincare Brands Di Kota Bandung. *Jurnal Widya*, 5(1), 322–332. <https://doi.org/10.54593/awl.v5i1.247>
- Elsa Rizki Yulindasari, K. F. (2022). *Journal of Islamic Economics and Finance Studies-Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee*. 3(1), 55–69.
- 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/>
- Fadzri Kusuma, A., & Wijaya, T. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30–42. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5717>
- Fauziah, D., Ali, H., Haymans Manurung, A., & Author, C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 1(4), 159–172.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Febryaningrum, A. D., & Aligarh, F. (2024). *Factors Influencing Social Commerce Adoption : A TOE*. 340–352.
- Frandhana. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Pada Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Parfum Refill di Toko Inc. Redible. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(1), 36–45.
<https://siberpublisher.org/index.php/JMPD/article/view/132%0Ahttps://siberpublisher.org/index.php/JMPD/article/download/132/94>
- Hardiansyah, M. M. (2024). Pengaruh Produk, E-WOM terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Citra Merek pada konsumen Lorions Kopi di Magetan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–22.
- Lisdiani, N. L. I., & Annisa, A. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(1), 79–91.
<https://doi.org/10.21154/invest.v2i1.3830>
- Mahfud Sholihin, D. D. R. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0.
<https://books.google.co.id/books>
- Marcella, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2775–2790. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.903>
- Maulana, R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 127–138. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Mita Soraya, T., & Yoestini. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Minat Beli Sebagai Variable Intervening dalam Pandangan Ekonomi Islam Pada Pengguna Aplikasi Buka Lapak di Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 1165–1173.
<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.8992>
- Nenden Kusmawati, Citra Savitri, & Syifa Pramudita Faddila. (2024). Pengaruh Viral Marketing dan Elektronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Seblak Teh Windy Melalui Followers Tiktok. *Al-*

- Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 5858–5871.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.2528>
- Noor, S. M., & Hendratmoko, C. (2022). Inovasi Produk, Harga, Word of Mouth Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 291–301.
<https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.608>
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1128>
- Pauzi, M. R., Hadita, H., & Dovina, D. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Voucher Game Valorant (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(9), 2453–2481. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.827>
- Padmasari Balqis, Firdaus Yuni Dharta, O. O. (2024). Pengaruh e-WOM terhadap Minat Beli Produk Kecantikan (Studi Camille Beauty). *Dawatuna Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4, 681–686.
<https://doi.org/10.47476/dawatuna.v4i2.4856>
- Prayoga, I., & Rachman, M. (2020). Setiap manusia memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing . Salah satu kebutuhan hidup manusia yaitu makan dan minum. 1(5), 136–140.
- Primaputra, R. Z., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Puspita, C. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283.
<https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rafqi Ilhamalimy, R., & Ali, H. (2021). Model Perceived Risk and Trust: E-Wom and Purchase Intention (the Role of Trust Mediating in Online Shopping in Shopee Indonesia). *Dinasti International Journal of Digital Business*

- Management*, 2(2), 204–221. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i2.651>
- Ramadhan, S., & Ramli, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina. *Journal of Fundamental Management (JFM)*, 4(1), 125. <https://doi.org/10.22441/jfm.v4i1.17931>
- Safitri Dian Ismi, I. J. (2023). Strategi Konsep Marketing Mix-4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Di Kios Gimias Fashion). *Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi*, 5678478, 547.
- Saputra, M. D. H., Navanti, D., & Sumantyo, F. D. S. (2024). Pengaruh Loyalitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 336–345.
- Shalsha Afifah Ayumi, Erlyna Wida Riptanti, & Isti Khomah. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dalam Menentukan Kunjungan Wisata (Studi Kasus Pada Kampoeng Kopi Banaran Semarang). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.890>
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 181–194. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>