

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Edi. *Panduan Praktis Teknik Penelitian Yang Beretika*. Edited by Hidayat. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022.
- Adhi Kusumastuti, Amad Muatamil Khoiron, Tofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Amirza Dzatina Nabila. Sleman: Deepublish CV Budi Utama, 2020.
- Adisty, Naomi. “No Title Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan Di Indonesia Kian Meningkatkan.” GoodStats, 2022. <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>.
- Agus Solikhin, Tona Aurira Lubis, Firmansyah. *Nilai Hedonic & Nilai Kegunaan Pada Bisnis Food Truck*. Edited by Jumakhir. Jambi: Media Salin Indonesia, 2020.
- Ajat Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish CV Budi Utama, 2018.
- Aksari, Putu Angga Agusta Bimartha dan Ni Made Asti. “Peran Nilai Emosional Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli.” *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 4 (2019): 1900–1928.
- Al-Qur’an, Kementerian Agama RI cq Lajnah Pentashihan Mushaf. “Quran Kemenag.” Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2020.
- Alam, Kharisma, and Muhammad Adam. “Pengaruh Persepsi Informasi Dan Hiburan Terhadap Niat Pembelian Konsumen Dengan Kepercayaan Pada Situs Web Sebagai Mediasi.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 2, no. 1 (2017): 156–69.
- Albushairi, Siti Aliyati, Nuril Huda, and Ahmad Rifani. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran. PT Rajagrafindo Persada*, 2018.
- Almaida, Asty, Dedi Hariadi Saputra, and Riwayat Artikel. “Pengaruh Manfaat Utilitarian Dan Manfaat Hedonis Serta Status Sosial Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Televisi Kabel Ke Netflix (The Influence of Utilitarian Benefits and Hedonic Benefits and Social Status on Brand Switching Decisions from Cable .” *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)* 1, no. 1 (2021): 49–59.
- Anggreiawan, Franky, and Jul Aidil Fadli. “Pengaruh Persepsi Nilai

- Terhadap Niat Beli Pada Makanan Organik.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 1 (2022): 138–46. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.2052>.
- Antunes, Inês, Luisa M. Martinez, and Luis F. Martinez. “The Effectiveness of Sales Promotion Techniques on the Millennial Consumers’ Buying Behavior.” *Revista Brasileira de Marketing* 21, no. 3 (2022): 784–836. <https://doi.org/10.5585/remark.v21i3.19997>.
- Ariyanti, Kurnia, and Sri Setyo Iriani. “Pengaruh Persepsi Nilai Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik Kurnia Ariyanti Sri Setyo Iriani.” *Jurnal Ilmu Manajemen / 2*, no. 4 (2014): 1186–96. [www.marthatilaar.com](http://www.marthatilaar.com).
- Azhari Akmal Tagiran. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi A-Qur’an*. Bandung: Cv. Perdana Mulya Sarana, 2015.
- Azmi, Maulida. “Pengaruh Iklan, Sales Promotion, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pengguna Shopee).” *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)* 4, no. 4 (2021): 151–60. <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i4.2181>.
- Bahar, Andi Ahriana Astuti. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pembelian Barang Koleksi Di Kelurahan Tamarunang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa (Studi Perbandingan Imam Abu Hanifa Dan Imam Syafi’i).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mahzab* 3, no. 1 (2020): 1–23.
- Conny Ammarwa Izzun. “Pengaruh Keinformatifan, Kredibilitas, Hiburan, Gangguan, Insentif, Dan Nilai Iklan Terhadap Niat Beli Produk Avoskin.” *Braz Dent J.* 33, no. 1 (2022): 1–12.
- Crespo-Almendros, Esmeralda, M. Belén Prados-Peña, Lucia Porcu, and Juan Miguel Alcántara-Pilar. “Influence of the Perceived Benefit of a Social Network-Based Sales Promotion on the Perceived Quality of a Heritage Complex.” *Academia Revista Latinoamericana de Administracion* 35, no. 2 (2022): 148–62. <https://doi.org/10.1108/ARLA-06-2021-0126>.
- Dergibson, Sugiarto. *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Ducoffe, R. H. “How Consumers Assess the Value of Advertising.” *Journal of Current Issues and Research in Advertising* 17, no. 1 (1995): 1–18.
- Dyah, Al Afsyah, Drs Suryono, and Budi Santosa. “Pelanggan

- Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Kantor Pos Indonesia Di Wilayah Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 11, no. 1 (2022): 1–11.
- Endah, Nur Hadiati. “Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia Consumers’S Purchasing Behavior Toward Halal Labeled Cosmetics in Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 22, no. 1 (2014): 11–25.
- Fonda, Bryant Cristian, and Tony Antonio. “Pengaruh Functional Value, Emotional Value Dan Value for Money Terhadap Minat Beli Ulang Apartemen Di Surabaya.” *Performa* 5, no. 3 (2021): 194–203. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1768>.
- Frinda Agnesya Aridinta and Grace Widjoko. “Analisis Pengaruh Kenyamanan Layanan Online Terhadap Kepuasan Konsumen Mobile Commerce Di Indonesia.” *Ekonomi Dan Bisnis* 7, no. 2 (2018): 1–23.
- Fuadiyah, Nurul, and Suharyono Kadarisman Hidayat. “Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonik Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Yang Membeli Dan Menggunakan Ponsel iPhone).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* 36, no. 1 (2016): 129–36. <https://www.neliti.com/publications/87095/pengaruh-nilai-utilitarian-dan-nilai-hedonik-terhadap-keputusan-pembelian-survei#cite>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Gustiawati Mukri, Syarifah, and Ahmad Mulyadi Kosim. “Metode Pengelolaan Keuangan Keluarga Secara Islami (Persepsi Komunitas Dosen Dan Karyawan UIKA Bogor).” *Prosiding LPPM UIKA Bogor*, 2017, 171–88.
- Hafidhah, Zaki Fuad, Dedek Wirda Fonna. “Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Survei Pada Pelanggan Produk Busana.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah* 5, no. 2 (2021): 8–19.
- Haryono, Siswoyo. *Structural Equation Modelling. PT. Intermedia Personalia Utama*. Alamat, 2015. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1909>.
- Hasanah, Siti Mutmainatul. “Pengaruh Pelayanan, Tata Letak Dan

- Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Jalan Pakisan Bondowoso.” *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, no. April (2018): 1–14.
- Hidayah, Siti Ainul, and R A E P Apriliani. “Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas, Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekaloangan(Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan).” *Journal of Economic, Business and Engineering* 1, no. 1 (2019): 24–31.
- Hidayat, Noer. “Rekomendasi Pengembangan Website Dan Informatika Stikom Surabaya Dengan Metode Eucs ( End User Computing Satisfaction ),” 2019.
- Hilmi, Indah Laily, Nalisha Putri Rianoor, and Vesara Ardhe Gatera. “Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Pemilihan Skincare Wajah Melalui Media Sosial Pada Salah Satu Universitas Di Karawang Jawa Barat.” *Pharmacon: Jurnal Farmasi Indonesia* 19, no. 2 (2022): 202–11. <https://doi.org/10.23917/pharmacon.v19i2.19261>.
- Indonesia, Kementerian Perindustrian Republik. “Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik,” 2020. <https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>.
- Insani, Erlang Prima. “Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Website Resmi PT. KAI.” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* 12, no. 3 (2013): 241–60. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/14013>.
- Jufrizen, Jufrizen, Raihanah Daulay, Maya Sari, and Muhammad Irfan Nasution. “Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan Online Shop Instagram.” *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 2 (2020): 249. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.008>.
- “Kabupaten Kudus.” Wikipedia, 2022.
- Kala’lembang, Adriani. “Pengaruh Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shop Shopee.” *Journal of Business & Applied Management* 15, no. 1 (2022): 49–60. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i1.3398>.
- Kemenag, Quran. “Quran Kemenag.” Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur’an, 2023.

- Kholifah, Nina. "Dampak Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonis Terhadap Word Of Mouth (Studi Pada Onlineshop NINA Fashion)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 5, no. 2 (2020): 112–31.
- Kusumadewi, Dyan Febrina, Noorlailie Soewarno, and Isnalita Isnalita. "Pengaruh Kualitas Situs Web, Nilai Hedonis, Dan Nilai Utilitarian Terhadap Niat Membeli Kembali." *E-Jurnal Akuntansi* 28 (2019): 542. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i01.p21>.
- Larasati, Niken. "Hedonic & Utilitarian Value: Kombinasi Motivasi Konsumen Pada Grocery Shopping." *SWA Online*, 2015. <https://swa.co.id/swa/my-article/hedonic-utilitarian-value-kombinasi-motivasi-konsumen-pada-grocery-shopping>.
- Leticia, Monica, and Hadi Safitri. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Promosi Penjualan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Konsumen Starbucks Indonesia." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10 (2022): 1–11.
- Lukitaningsih, Ambar, Nonik Kusuma Ningrum, and Vivi Hastu Listyaningrum. "Pengaruh Citra Merek, Nilai Utilitarian, Electronic Word of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Konsumen Miniso Ambarukmo Plaza Yogyakarta." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 4 (2022): 1555–66. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1755>.
- Mahkota, Andy Putra, Imam Suyadi, and Riyadi. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 8, no. 2 (2014): 3–4.
- "Makin Diminati, Perawatan Pria Menjadi Tren Masa Kini." *ZAP Clinic*, 2022.
- Marella Festirari Sasangka, Henny Welsa, and Nonik Kusuma Ningrum. "Pengaruh Nilai Utilitarian, Word of Mouth, Persepsi Risiko, Dan Keterlibatan Produk Terhadap Niat Beli Konsumen Situs Belanja Online Lazada Di Yogyakarta." *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal* 5, no. 1 (2022): 151–58. <https://doi.org/10.31605/mandar.v5i1.1938>.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder) Edisi Revisi Kedua*. Edited by Santi Pratiwi Tri Utami. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

- Maulidya, Risma Nur, Ahmad Mulyadi Kosim, and Abrista Devi. "The Influence of Islamic Business Ethics and Service Quality on Satisfaction and Loyalty of Sharia Hotel Customers in Bogor." *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 11, no. 2 (2019): 226. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.5340>.
- Maylis, Elvanur Varahin, and Devillia Sari. "Pengaruh Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Minat Beli Rokok Elektrik Di Bandung." *E-Proceeding of Management* 6, no. 1 (2019): 1133–39.
- Moch Nurhuda. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, Dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Super Indo Kota Malang)," n.d., 1–11.
- Muljono, Djaali dan Pudji. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, n.d.
- Mundadar, Umi Narimawati dan Dadang. *Teknik Pengambilan Sampel: Teori Dan Praktek Menggunakan SPSS 15*. Yogyakarta: Gava Media, 2018.
- Muzakki, Muhammad Rifqi. "Pengaruh Informativeness, Entertainment Dan Irritation Isi Iklan Di Facebook Terhadap Attitude Toward Advertising: Dengan Mediator Advertising Value Pada Generasi Milenial Di Yogyakarta." *Manajemen Pemasaran*, 2019.
- Ningrum, Khoirina Kencana, and Ratna Roostika. "The Influence of Social Media Marketing Activities on Consumer Engagement and Brand Knowledge in the Culinary Business in Indonesia." *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 10, no. 5 (2021): 34–45. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i5.1314>.
- Nur, Hadiati Endah. "Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Oleh Konsumen Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan* 22, no. 1 (2014): 11–25.
- Nursal, M Fadhli, Neng Siti Komariah, and Muhammad Richo Rianto. "Pengaruh Money Saving , Time Saving , Pendapatan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Online Food Pada Masyarakat Muslim Di Kota Bekasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (2022): 1769–75.
- Nurul Kumala, Firza Oktavia, and Moch. Khoirul Anwar. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama." *Jurnal*

- Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2020): 26–39.  
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p26-39>.
- Pramana, Ramadhan Dinta. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Tumbler Tupperware.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 5, no. 1 (2018).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p268-279>.
- Pramita, Miranti Widya, and Aulia Danibrata. “Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Behavior Intentions.” *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 1, no. 1 (2021): 1–8.
- Pratomo, Dimas, and Liya Ermawati. “Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta).” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 2, no. 2 (2019): 240–52.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.103>.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistic Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom, 2010.
- . *SPSS: Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Edited by Giovanni. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018.
- . *Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analysis Data Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2010.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by Teddy Chandra. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008.
- Putri, Dika Syawallia. “Keputusan Pembelian: Lbelisasi Halal Dan Produk Perawatan Kulit.” Redaksi Kumparan, 2022.
- Putri, Gita Febrila Cahyaningtyas, and Nurlita Novianti. “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kenyamanan, Kepercayaan, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Kembali Secara Online.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, n.d.  
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2672>.
- Putri, Sri Rahmi, and Rizki Amalia. “Pengaruh E-Wom Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee. Id.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 3, no. 2 (2018): 75–84.
- Rahel, Nicolas Kandowanko, and Jouke Lasut. “Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Sosiologi Fakultas

- Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi.” *Jurnal Holistik* 13, no. 2 (2020): 1–14.
- Rahmawati. *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing*. Edited by Sri Widiastuti. Samarinda: Deepublish CV Budi Utama, 2022.
- Romadlon, Achmad, R.A Marlien, and Suzy Widyasari. “Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat).” *Proceeding SENDIU*, no. 2016 (2020): 701–7.
- Roony, Criest, Dimas Dwi Priambodo, Habsari Candraditya A, Kukie Reinastya A, and Medikatama Hestiyani. “Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Harga Terhadap Minat Beli (Case Study Integrated Home Protection).” *Indonesian Business Review* 2, no. 1 (2019): 125–38. <https://doi.org/10.21632/ibr.2.1.125-138>.
- Rosita, Rahmi. “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, Dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction.” *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika* 1, no. 2 (2016): 98–103. <https://media.neliti.com/media/publications/55055-ID-pengaruh-lokasi-kelengkapan-produk-kuali.pdf>.
- Santoso, Singgih. *Statistic Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputimdo, 2010.
- Savitri, Citra, Syifa Pramudita Faddila, Irmawartini, and Dkk. *Statistik Multivariat Dalam Riset*. Edited by Iskandar Ahmaddien. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Sholawati, Rochmatin Lailatis, and Monika Tiarawati. “Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Produk Di Restoran Fast Food.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 10 (2022): 1098.
- Sholihat, Apriwati. “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 5, no. 1 (2018): 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>.
- Siburian, Pamasang S, and Saida ZA Zainurossalamia. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan



- Pembelian Sepeda Motor Honda.” *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 13, no. 2 (2016): 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>.
- Singgih Santoso. *Konsep Dasar Dan Aplikasi SEM Dengan AMOS 24*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2018.
- Sinha, Somesh Kumar, and Priyanka Verma. “Examining the Moderating Role of Gender on the Relationship between the Benefits of Sales Promotion and Consumer Perception.” *Iranian Journal of Management Studies* 11, no. 4 (2018): 795–830. <https://doi.org/10.22059/IJMS.2018.241676.672823>.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sodexo. “7 Teknik Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen.” Sodexo, 2021. <https://www.sodexo.co.id/teknik-promosi/>.
- Sugiharto. *Teknik Sampling*. Edited by PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 2003.
- Sugiyono. *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sukestiyarno. *Statistika Dasar*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Sumawidjaya, et all. “Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Alfamart Cabang Soekarno Hatta No 791 Bandung.” *Jurnal Indonesia Membangun* 1, no. April (2016): 78–91.
- Supriyadi, Edy. *SPSS + Amos*. Jakarta: In Media, 2014.
- Syafaruddin, Suharyono, and Srikandi Kumadji. “Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech.Com).” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 1 (2016): 65–72.
- Syamsidarti, and Mustamin Rahim. “Penghematan Biaya Rutin Dan Biaya Operasional Pada Bangunan Rumah Tinggal.” *Jurnal Penelitian Humano* 7, no. 1 (2016): 1–8.
- Wahyu Febrianto, Kornelius, and Yessy Artanti. “Pengaruh Nilai Konsumsi Terhadap Niat Beli Virtual Item Kustomisasi Hero

(Studi Pada Pemain Defence of The Ancient 2).” *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 2 (2019): 471–77.

Wulandari, Fitri. *Middle Range Teori Dalam Ilmu Manajemen SDM Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2022.

Wulandari, Nur Adila, and Ririn Tri Ratnasari. “Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Beli Konsumen Non-Muslim Pada Produk Makanan Halal Di Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 7, no. 4 (2020): 687. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20204pp687-695>.

