

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianty, Novie, dan Aulia Raudhatul Jannah. "Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Intensi Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal (Studi Pada Mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu)." *Journal of Indonesian Islamic Economic Finance* 1, no. 1 (2021): 1–20.
- Andika, Mohammad, Siti Masithoh, Yusuf Nur Kholiq, Dina Auliyana Nisa, dan Nailur Rohmah. "Efektivitas Marketplace Shopee sebagai Marketplace Belanja Online yang Paling Disukai Mahasiswa." *Journal of Education and Technology* 1, no. 1 (2021): 24–29.
- Anshori, Muslich, dan Sri Iswati. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Press, Airlangga University, 2017.
- Apriliana, Eka Sri. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'I (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin)." *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 1 (2019): 10–30.
- Aptaguna, Angga, dan Endang Pitaloka. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek." *Widyakala Journal* 3, no. 2012 (2016): 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>.
- Arafaina, Yasmin, dan Amsal Amri. "Pengaruh Iklan Online Zalora Indonesia Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* 3, no. 2 (2018): 233–44.
- Bataineh, Abdallah Q. "The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image." *International Journal of Marketing Studies* 7, no. 1 (2015). <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p126>.
- Benowati, Silvia Gustina, dan Tiurniari Purba. "Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam." *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business* 1, no. 02 (2020): 356–70.
- Chrisnawan, Luki, M Onibala, Yoanita Octora, Edhie Budi Setiawan, dan Didiet Antony. "The Effect of Price And Perceived Quality on Ticket Purchase Intention at Lion Air Airline." *Advances in Transportation and Logistics Research*, 2019, 187–95.
- Damanik, Sri Winda Hardiyanti, dan Rakhmawati Purba. "Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bedak Tabita Skincare." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 4, no. 2 (2020): 335. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.158>.
- Darma, Budi. *Statiska Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji*

- Reabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2*). Bogor: Guepedia, 2021.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019.
- Effendi, Syamsul. "Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam." *Mutlaqah* 1, no. 2 (2021): 26–35.
- Erciş, Mehmet Serdar dan, dan Enes Emre Başar. *New Communication Approaches in The Digitalized World*. UK: Cambridge Scholars Publishing, 2020.
- Fadillah, Dani. "Model Komunikasi 'Wom' Sebagai Strategi Pemasaran Efektif." *Humanika* 15, no. 1 (2015). <https://doi.org/10.21831/hum.v15i1.7642>.
- Febiyanti, Natasya, Eva Misfah Bayuni, dan Popon Srisusilawati. "Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli pada Produk Rabbani di Purwakarta." *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2020): 773–90. http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/24688.
- Ferichani, Minar. *Hedonisme Preferensi Dalam Mengonsumsi Daging*. Yogyakarta: CV Absolute Media, 2017.
- Firmansyah, Amrie, dan Gitty AjengTriastie. *Bagaimana Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Penghindari Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Resiko, Efisiensi Investasi?* Indramayu: CV Adanu Abimata, 2021.
- Fitra, Zyaul, Nevi Hasnita, dan Jalaluddin. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Konsumen Remaja Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2018): 30–43.
- Ghodang, Hironymus, dan Hantono. *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: PT Penerbit Mitra Grup, 2020.
- Ghozali, Imam. *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama, 2020.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengelolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statiska*. Sleman: CV Budi Utomo, 2020.
- Halim, Nico Rifanto, dan Donant Alananto Iskandar. "pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli" 4, no. 3 (2019): 415–24.
- Hanifa, Rifani Nur, Ana Fitriana, dan Yanti Tayo. "Pengaruh Intensitas

- Terpaan Iklan Shopee di Televisi Terhadap Minat Beli Mahasiswa.” *Jurnal Politikom Indonesiana* 3, no. 2 (2018): 37–45.
- Hendra, Tomi, dan Peri Musliadi. “Prinsip Dan Unsur-Unsur Komunikasi Dalam Prespektif Al -Quran.” *Wardah* 20, no. 2 (2019): 12–31. <https://doi.org/10.19109/wardah.v20i2.4546>.
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengelola Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Medi Komputindo, 2019.
- Hermawan, Asep. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo, 2015.
- Hermawan, Sigit, dan Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Ishak, Khodijah. “Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Islam.” *Iqtishaduna Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 6, no. 1 (2017): 35–49.
- Isnawati, Astri Mariana, dan Muhammad Jalari. “Analisa Faktor-Faktor Pengaruh Minat Beli Paket Data Telkomsel Dengan Masa Pandemi Covid 19 Sebagai Variabel Moderating.” *Business Innovation and Entrepreneurship Journal* 3, no. 02 (2021): 127–34. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i02.212>.
- Jalilyand, Mohammad Reza, dan Neda Samiei. “The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran.” *Marketing Intelligence and Planning* 30, no. 4 (2012): 460–76. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>.
- Japariato, Edwin, dan Stephanie Adelia. “Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 1 (2020): 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>.
- Johan, Suryadi, dan Ratna Juwita. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Brand Ambassador , Iklan , Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee Indonesia Pada Saat Pandemi (Studi Kasus Di Kota Palembang).” *Publikasi Riset Mahasiswa ...* 2, no. 2 (2021): 174–82. <http://jurnal.mdp.ac.id/index.php/prmm/article/download/867/267>.
- Kentzo, Claudia, Angelyn, Grace, Siaputra, Hanjaya, dan Iskandar. “ANALISA PENGARUH eWOM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SETELAH KEJADIAN FOOD POISONING DI RESTORAN X SURABAYA DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI MEDIATOR.” *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 8, no. 1 (2020): 147–60.
- Khotimah, Adam Setiawan; Yesi Septia Putri; Sheilla Gupita Sari; Astuti Utami; Noviyani Khusnul. “the Effect of Discounts, Electronic

- Word of Mouth (Ewom), and Price Towards Interest in Buying in E- Commerce.” *Journal of Islamic Economic Scholar* 1, no. 2 (2020): 125–43.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 14 ed. Printice Har: Person Education, 2012.
- . *Marketing Manajemen 15 Global Edition*. England: Pearson Education Limited, 2016.
- Kriyantono, Rachmat. *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*. Malang: UB Press, 2013.
- Kulsum, Ummi. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bogor: Guepedia Publisher, 2021.
- Mahmudah, Riva Atul, dan Endang Sutrisna. “Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada KFC Metropolitan City Pekanbaru.” *JOM FISIP* 5, no. 1 (2018): 1–12.
- Maslim, H, dan L H Pasaribu. “The Influences of Social Media Marketing, Service Quality and EWOM on Purchase Intention.” *Enrichment: Journal of ...* 12 (2021): 18–23. <https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/147>.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Media Ilmu Press & Mibarda Publishing, 2015.
- Melati. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publishe, 2020.
- Meybiani, Olivia, Gabriella Faustine, dan Hanjaya Siaputra. “Pengaruh Ewom Dan Online Trust Terhadap Purchase Intention Di Agoda.” *Jurnal Hospitality dan ...* 7, no. 2 (2019): 486–99. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/10235>.
- Morissan. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pertama. Prenadamedia Group, 2010.
- Muslimin, Supriadi, Zainab Zainab, dan Wardah Jafar. “Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam.” *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 1 (2020): 1–11.
- Nasution, Dito Aditia Darma, dan Mika Debara Br. Barus. *Monograf Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota Tanjung Balai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating*. Ponoroho: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- NATSIR, NURIDA, dan SRI ERNAWATI. “Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima.” *Jurnal*

- Ilmiah Manajemen "E M O R"* 3, no. 2 (2020): 1–15.
<https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.506>.
- Naue, Amalia S., Johny A.F Kalangi, dan Danny D. S Mukuan. "Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Aplikasi Spotify (Studi Kasus pada Konsumen Spotify di Kota Manado)." *Productivity* 2, no. 2 (2021): 98–101.
- Nicko Andre Prastyo, Akhmad Suharto, Wenny Murtalining Tyas. "Pengaruh E-wom (Electronic word of mouth) Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Online Shop." *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 2018, 1–7.
- Nikmatulloh, Arnanda Awal, dan Andi Wijayanto. "Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan dan Harg Terhadap Minat Beli Online pada Marketplace Bukalapak (Studi pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 10, no. 10 (2019): 837–48.
- Ningrat, A A Ayu Prabeng Ningrum Satyeng, dan Ni Nyoman Kerti Yasa. "The Effect of Advertising and Celebrity Endorsement on Purchase Intention with Brand Awareness as Intervening Va ..." *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)* 3, no. 10 (2019): 221–31. 10, pp-221-231%0Awww.ajhssr.com%0AREsearch Paper.
- Nugraha, Billy. *Pengembangan Uji Statistik*. Sukaharjo: CV Pradina Pustaka Grup, 2022.
- Pilliangsani, Hiqmad Muharman. *A to Z Sukses Bisnis Rumahan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.
- Poltak, Hendra, Sumarsih, Sri Hastutik, Dewi Sartika, Muhammad Hasan, Aditya Wardhana, Astril Harli Roslan, et al. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Prasetio, Adhi. *Konsep Dasar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Prasetya, Bambang D., Nurfian S Febriani, Wayan Weda Asmara, Dewi Dian Tamitiadini, Nia Asthon Destrity, Diyah Ayu Amalia Avina, dan Azizun Kurnia Illahi. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press, 2018.
- Priansa, Donni Juni. "Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada." *Ecodemica IV* (1), no. 2355–0295 (2016): 117–24.
- Priyanono. *Analisis Regresi dan Korelasi Untuk Penelitian Survei*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Purnomo, Albert Kurniawan. *Pengelolaan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya,

2019.

- Purwanda, Eka, dan Trisna Wati. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan(Survey Pada Pelanggan Lazada Di Wilayah Bandung Timur).” *Jurnal INTEKNA* 18, no. 2 (2018): 86–91. <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/687>.
- Putri, Budi Rahayu Tamana. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana, 2017.
- Qonita, Arifa. “ANALISIS PENGARUH IKLAN, CELEBRITY ENDORSER, DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI WARDAH KOSMETIK (Survei Pada Calon Konsumen wardah kosmetik komplek pondok pesantren Mulungan wetan, Mlati, Sleman, DIY).” *jurnal ekobis dewantara* 1, no. 8 (2018): 121–31.
- Rachmawan, Randy Farid, N Rachma, dan M Hufron. “Pengaruh Iklan Internet dan Electronic Word Of Mouth (EWOM) terhadap Minat Beli Situs Online Shopee pada Mahasiswa di FEB Manajemen Universitas Islam Malang.” *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma* 08, no. 10 (2019): 84–95.
- Rachmawati, Indira, dan Ratih Handayani. *Managing Learning Organizing in Industry 4.0*. London: Taylor & Francis Group, 2020.
- Rahmadhani, Siti, dan Amsal Amri. “Pengaruh Promosi Official Account Alfamart Terhadap Keputusan Membeli Pada Pengguna Line Aktif” 3, no. 3 (2018): 1–14.
- Resky, gevi tonida. “Analsis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tas di Instagram RGFashion Store” 3, no. 2 (2016): 1–12.
- RI, Lajnah Pentashihah Mushaf Al-Qur’an Kemenag. *Al Qur’an Al-Karim dan Terjemahannya*. Surabaya: Halim, 2014.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utomo, 2020.
- Rosmiati. “PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI DALAM BIMBINGAN PRA NIKAH (STUDI TERHADAP CALON PENGANTIN DI KECAMATAN ULEE KARENG KOTA BANDA ACEH).” *Ar-Raniry, International Journal of Islamic Stidies* 6, no. 1 (2019): 55–76.
- Roza, Fahmi, Mohammad Nurkamal Fauzah, dan Woro Isti Rahayu. *Buku Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- Rozi, M. Fatkhur. “PENERAPAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH

- (eWOM) DAN PRINSIP KOMUNIKASI DALAM ISLAM.” *Iqtishoduna* 13, no. 1 (2017): 11–21.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Sleman: CV Budi Utomo, 2018.
- Samarwan, Ujang, dan Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018.
- Sanuri, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Em. Jakarta, 2014.
- Saputra, Randi, dan Okta Karneli. “Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda.” *JOM FISIP* 5, no. 1 (2018): 1–19.
- Saragih, Megasari Gusandra, Liharman Saragih, Johannes Wilfrid Pangihutan Purba, dan Pawan Darasa Panjaitan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dasar-Dasar Memulai Penelitian*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Saskara, I Putu Adi. *Media Periklanan Berbasis Implementasi Tutorial Praktek (Dasar, Pengguna, dan Pembuat Iklan)*. Denpasar: Swastu Nulus, 2021.
- Setyawan, Dodiet Aditya. *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Sukaharjo: Tahta Media Group, 2021.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Pebandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Sitoayu, Laras, Rachmanida Nuzrina, dan Nanda Aula Rumana. *Aplikasi SPSS*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2020.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudaryano. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Malang: UB Press, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sukoco, Sampir Andrian. *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Jember: CV Pustaka Abadi, 2018.
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*. Jakarta: Center of Academic Publisher Service, 2013.
- Supriadi. *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia Publisher, 2018.
- Supriadi, Imam. *Metode Riset Akuntansi*. Sleman: CV Budi Utomo, 2020.
- Taan, Hapsawati. “Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen.” *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*

- 8, no. 1 (2021): 89. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>.
- Tasnim, Andriasan Sudarso, Martono Anggusti, Risma Nurhaini Munthe, Rahman Tanjung, Nina Mistriani, Yuliyanto Budi Setiawan, et al. *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Utomo, Nathaniel Widhiyanto. “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Produk H&M di Jakarta Barat.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 4, no. 3 (2021): 285–90.
- Wibowo, Lili Adi, dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Yenti Sumarni. “Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis.” *Al Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2020): 46–58.
- Yusuf, Muhammad, dan Lukman Daris. *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Periklanan*. Bogor: IPB Press, 2019.
- Zufaldi, Muhammad, Susi Evanita, dan Whyosi Septrizola. “Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang.” *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha* 01, no. 01 (2019): 2019. <http://103.216.87.80/students/index.php/mnj/article/view/5531>.