

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Kaskojo, dan Fitriani Oktarina. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Perusahaan Mebel Ud. Lumintu Tegalsari - Ambulu." *Majalah Ilmiah DIAN ILMU* 16, no. 1 (2018): 48–59.
- Adriyanti, Rosmaya, dan Farida Indriani. "Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah." *Dipenogoro Journal Of Management* 6, no. 4 (2017): 1–14.
- Afrianty, Nonie, dan Detri Agustina. "Pengaruh Islamic Branding dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT.HNI HPAI Kota Bengkulu." *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 1, no. 2 (2020): 121–36.
- Akbar, Muhamad Juliatri Chairul, dan Sunarti. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 60, no. No. 3 (2018): h. 45-51.
- Alfian, Ian. "Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan." *At-Tawassuth* 2, no. 1 (2017): 122–45.
- Amalia, Rizki, dan Sri Rahmi Putri. "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.
- Amilia, Suri, dan M. Oloan Asmara Nst. "Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangann keuangan* 6, no. 1 (2017): 660–69.
- Andini, Anggie Lia, dan Popy Rufaidah. "The Influence of Islamic Branding and Religiosity on Brand Image." *AFEBI Islamic Finance and Economic Review* 2, no. 02 (2018): 31.
- Andrew, Muhammad. "E-Service Quality dan Citra Merek terhadap Minat Beli: Studi E-Service Quality dan Citra Merek Shopee." *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis* 3, no. 1 (2019): 23–38.
- Anwar, Resa Nurlaela, dan Aulia Afifah. "Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs

- Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur) Abstraks.” *Jurnal Manajemen* 9, no. 1 (2018): 46–57.
- Ariama, Chindella. “Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Minat Belanja Online Dengan Aplikasi Lazada.” *e-Jurnal Administrasi Bisnis* 2, no. 2 (2018): 487–97.
- Arianto, Nurmin, dan Sabta Ad Difa. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property.” *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang* 3, no. 2 (2020): 108–19.
- Bakti, Umar, Hairudin, dan Maria Septijantini Alie. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung.” *Jurnal Ekonomi* 22, no. 1 (2020): 101–18.
- Budiman, Arief, Edy Yulianto, dan Muhammad Saifi. “Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online.” *Jurnal Profit* 14, no. 1 (2020): 1–11.
- Dyatmika, Sutama Wisnu, Mertha Viviani, dan Wira Yudha Alam. “The Influence Of Brand Ambassador And Instagram Advertising On Zoya Cosemtic Product Purchase Decisions (Case Study On Follower Instagram @Zoyacosmetics).” *Sentralisasi* 10, no. 2 (2021): 94.
- Emeralda, Jeni Wulandari, dan Diang Adistyia. “Analisis E-Trust, E-Wom, dan E-Service Quality dalam Keputusan Pembelian Online.” *Jurnal Perspektif Bisnis* 3, no. 2 (2020): 1363–2721.
- Eriyanto. *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011.
- Eriza, Zahra Noor. “Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya).” *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 9, no. 1 (2017): 14–24.
- Fauzan, Ahmad, dan Abdul Rohman. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki.” *Jurnal Ekobis* 9, no. 2 (2019): 104–13.
- Fitriya, Elok. “Analisis pengaruh Islamic branding terhadap

- keputusan konsumen untuk membeli produk.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia* 2, no. 1 (2017): 31–41.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011.
- Giuma Mahfud, Mr. Abdh Hakim, dan Vincent Soltes. “Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim).” *IOSR Journal of Economics and Finance* 07, no. 04 (2016): 61–67.
- Gulo, W, dan Yovita Hardiwati. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo, 2002.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Gupron. “Analisis Kepuasan Konsumen Melalui E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak.com (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi).” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 337–48.
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.
- Ilham, Muhammad, dan Firdaus. *Islamic Branding dan Religiusitas*. Bintan: Stain Sultan Abdurrahman Press, 2019.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2016.
- Irawan, Doni, Prima Widhi N, Richard Sagiman, dan Soesilo Nugroho. “Pengaruh Theory Planned Behavior terhadap Keputusan Menabung di Rekening Syariah.” *Indonesia Business Review* 3, no. 1 (2020): 1–14.
- Irawan, Mohammad Rizal Nur. “Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt . Satria Nusantara Jaya.” *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 5, no. 2 (2020): 140–56.
- Irwan, Gani, dan Siti Amalia. *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015.
- Izzudin, Ahmad. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner.”

- Penelitian Ipteks* 3, no. 2 (2018): 100–114.
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Karundeng, Nikita, Johnny A. F. Kalangi, dan Olivia F. C. Walangitan. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2019): 83–90.
- Kuspriyono, Taat, dan Ela Nurelasari. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase to Intention.” *Cakrawala* 18, no. 2 (2018): 235–42.
- Kusuma, Aryanti Muhtar, Maulida Ainul Hikmah, dan Aufarul Marom. “Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus.” *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 289–302.
- Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, dan Taofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Kusumawardhini, Siti Sarah, Sri Rahayu Hijrah Hati, dan Sri Daryanti. “Understanding Islamic Brand Purchase Intention: The Effects of Religiosity, Value Consciousness, and Product Involvement,” 2016, 158–66. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2016.11.02.15>.
- Latief, Abdul. “Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa).” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 7, no. 1 (2018): 90–99.
- Luthfiana, Nadya Andika, dan Sudharto P. Hadi. “Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee).” *Diponegoro Journal Of Sosial and Political*, 2019, 1–7.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Nasir, Moh, dan Harti. “Pengaruh E-Service Quality dan Diskon terhadap Minat Beli pada Situs Online di Website Zalora.co.id di Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 1, no. 1 (2017): 18.
- Nuada, I Nuada, Asri Oktiani, Suharti, dan M Faezal. “ANALISIS

- PENGARUH BRAND AMBASSADOR, DESAIN WEBSITE DAN ONLINE REVIEW TERHADAP MINAT BELI ONLINE DI MARKETPLACE LAZADA.” *http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI* 16, no. 1 (2021): 5961–68.
- Nuseir, Mohammed T. “The impact of electronic word of mouth (e-WOM) on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries – a case of (UAE).” *Jurnal of Islamic Marketing*, 2019.
- Oktaviani, Naulia, Widji Astuti, dan Achmad Firdiansjah. “PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBENTUKAN KOMITMEN PELANGGAN DAN e-WOM.” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 12, no. 1 (2019): 93–112.
- P, I Made Indra, dan Ika Cahyaningrum. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Padilah, Paishal, dan Putu Nina Madiawati. “Pengaruh E-Service Quality, Bauran Promosi, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Dana Di Bandung.” *e-Proceeding of Management* 07, no. 2 (2020): 3710–19.
- Pangiuk, Ambok, dan Zamharil. “Analisis Keputusan Beli Nasabah Non Muslim Pada Asuransi Syariah Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Cabang Jambi.” *Ijeb* 1, no. 1 (2016): 22–36.
- Powa, Guen Angela, S.L.H.V. Joyce Lopian, dan Rudy S. Wenas. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa FEB UNSRAT.” *EMBA* 6, no. 3 (2018): 1194.
- Prasad, Shantanu, Ishwar C Gupta, dan Navindra K Totala. “Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Purchase Decision Involvement ABSTRACT.” *Journal of Business Administration* 8, no. 2 (2017): 1–31. <https://doi.org/10.1108/APJBA-06-2016-0063>.
- Puriwat, Wilert, dan Suchart Tripopsakul. “THE IMPACT OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY IN MOBILE BANKING USAGE: CASE STUDY OF THAILAND.” *Polish Journal of Management Studies* 15, no. 2 (2017): 183–93.
- Rahman, Md Adnan, Tanvir Abir, Dewan Muhammad Nur-A Yazdani, Abu Bakar Abdul Hamid, dan Abdullah Al

- Mamun. "Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers." *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology* XII, no. III (2020): 4935–46.
- Rahman, Muhammad Sabbir, Md Afnan Hossain, Mahmud Habib Zaman, dan Mahafuz Mannan. "E-service quality and trust on customer's patronage intention: Moderation effect of adoption of advanced technologies." *Journal of Global Information Management* 28, no. 1 (2020): 39–55.
- Rahmawaty, Anita. "Model Empiris Minat Entrepreneurship Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2019): 64–87.
- Retnowulan, Julia. "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi." *Cakrawala* XVII, no. 2 (2017): 139–45.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris, dan Kadek Rai Suwena. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 11, no. 1 (2019): 318–28.
- Rumondang, Asri, Acai Sudirma, Samsider Sitorus Aditya Halim Perdana, Melda Manuhutu Adriansan Sudarso, Janner Simarmata, Dian Hasdiana Tasnim, dan Nina Fapari Arif. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Santika, I Wayan, dan Komang Agus Satria Pramudana. "Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 1, no. 3 (2018): 278–89.
- Santosa, Alvendo Teguh. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, STORE ATMOSPHERE, DAN E-WOM TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI TERHADAP KONSUMEN ZENBU-HOUSE OF MOZARU PARIS VAN)." *Jurnal Manajemen Maranatha* 18, no. 2 (2019): 143–58.

- Sari, Funghiya, dan Endriana Pangestuti. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 54, no. 1 (2018): 189–96. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2231>.
- Sari, Novita, Muhammad Saputra, dan Jamaluddin Husein. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com." *Jurnal Manajemen Magister* 03, no. 01 (2017): 96–106.
- Satria, Arief Adi. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2, no. 1 (2017): 45–53.
- Satriawan, Kadek Aria, dan Putu Yudi Setiawan. "The Role of Purchase Intention in Mediating The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Decision." *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* 7, no. 3 (2020): 38–49.
- Septiani, Fauziah. "pengaruh harga terhadap minat beli." *Jurnal Mandiri* 1, no. 2 (2017): 274–88.
- Seran, Sirilius. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Setyowati, Dina, dan Sri Suryoko. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Situs Bukalapak Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no (2020): 251–60.
- Siregar, Syofian. *Metode Pemilihan Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2017.
- Soehartono, Irawan, dan Kusnaka Adimihardja. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sukmaningrum, Swastinitya, dan Mudji Rahardjo. "Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa

- menggunakan theory of planned behavior.” *Diponegoro Journal Of Management* 6, no. 3 (2017): 1–12.
- Syarifah, Eka, dan Karyaningsih. “Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada.” *Economics and Digital Business Review* 2, no. 2 (2021): 222–31.
- Temporal, Paul. *Islamic Branding And Marketing*, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Widyaningsih, Etty Nurwati, dan Sigit Dani Nugroho. “Dan citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan.” *Jurnal Ilmiah MEA* 4, no. 1 (2020): 522–40.
- Wikamorys, Dian Anggraini, dan Thinni Nurul Rochmach. “Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak.” *Jurnal Administrasi Kesehatan* 5, no. 1 (2017): 32–40.
- Winata, Andri, dan Isnawan Ahlul Fiqri. “Pengaruh harga dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan hotel emersia di bandar lampung.” *Jurnal Manajemen Magister* 03, no. 02 (2017): 133–49.
- Wirayanthi, Noverita, dan Singgih Santoso. “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas terhadap Minat Beli Produk Private Label.” *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 2, no. 1 (2019): 87–96.
- Yulfan Arif Nurohman. “THEORITICAL REVIEW: TEORI MEREK HALAL Oleh: Yulfan Arif Nurohman Dosen Tetap IAIN Surakarta.” *Among Makarti* 10, no. 20 (2017): 87–94.
- Adi, Kaskojo, dan Fitriani Oktarina. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Perusahaan Mebel Ud. Lumintu Tegalsari - Ambulu.” *Majalah Ilmiah DIAN ILMU* 16, no. 1 (2018): 48–59.
- Adriyanti, Rosmaya, dan Farida Indriani. “Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah.” *Diponegoro Journal Of Management* 6, no. 4 (2017): 1–14.
- Afrianty, Nonie, dan Detri Agustina. “Pengaruh Islamic Branding dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT.HNI HPAI Kota Bengkulu.” *Journal of Islamic*

- Economics and Finance Studies* 1, no. 2 (2020): 121–36.
- Akbar, Muhamad Juliatri Chairul, dan Sunarti. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 60, no. No. 3 (2018): h. 45-51.
- Alfian, Ian. “Analisis Pengaruh Label Halal, Brand dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Medan.” *At-Tawassuth* 2, no. 1 (2017): 122–45.
- Amalia, Rizki, dan Sri Rahmi Putri. “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.
- Amilia, Suri, dan M. Oloan Asmara Nst. “Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen dan Keuangann keuangan* 6, no. 1 (2017): 660–69.
- Andini, Anggie Lia, dan Popy Rufaidah. “The Influence of Islamic Branding and Religiosity on Brand Image.” *AFEBI Islamic Finance and Economic Review* 2, no. 02 (2018): 31.
- Andrew, Muhammad. “E-Service Quality dan Citra Merek terhadap Minat Beli: Studi E-Service Quality dan Citra Merek Shopee.” *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis* 3, no. 1 (2019): 23–38.
- Anwar, Resa Nurlaela, dan Aulia Afifah. “Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur) Abstraks.” *Jurnal Manajemen* 9, no. 1 (2018): 46–57.
- Ariama, Chindella. “Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Minat Belanja Online Dengan Aplikasi Lazada.” *e-Jurnal Administrasi Bisnis* 2, no. 2 (2018): 487–97.
- Arianto, Nurmin, dan Sabta Ad Difa. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property.” *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang* 3, no. 2 (2020): 108–19.
- Bakti, Umar, Hairudin, dan Maria Septijantini Alie. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga terhadap Minat Beli

- pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung.” *Jurnal Ekonomi* 22, no. 1 (2020): 101–18.
- Budiman, Arief, Edy Yulianto, dan Muhammad Saifi. “Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online.” *Jurnal Profit* 14, no. 1 (2020): 1–11.
- Dyatmika, Sutama Wisnu, Mertha Viviani, dan Wira Yudha Alam. “The Influence Of Brand Ambassador And Instagram Advertising On Zoya Cosemtic Product Purchase Decisions (Case Study On Follower Instagram @Zoyacosmetics).” *Sentralisasi* 10, no. 2 (2021): 94.
- Emeralda, Jeni Wulandari, dan Diang Adistyia. “Analisis E-Trust, E-Wom, dan E-Service Quality dalam Keputusan Pembelian Online.” *Jurnal Perspektif Bisnis* 3, no. 2 (2020): 1363–2721.
- Eriyanto. *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011.
- Eriza, Zahra Noor. “Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik E-Commerce di Solo Raya).” *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 9, no. 1 (2017): 14–24.
- Fauzan, Ahmad, dan Abdul Rohman. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki.” *Jurnal Ekobis* 9, no. 2 (2019): 104–13.
- Fitriya, Elok. “Analisis pengaruh Islamic branding terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia* 2, no. 1 (2017): 31–41.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011.
- Giuma Mahfud, Mr. Abdh Hakim, dan Vincent Soltes. “Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim).” *IOSR Journal of Economics and Finance* 07, no. 04 (2016): 61–67.
- Gulo, W, dan Yovita Hardiwati. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo, 2002.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta:

- Deepublish, 2020.
- Gupron. "Analisis Kepuasan Konsumen Melalui E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak.com (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi)." *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 337–48.
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.
- Ilham, Muhammad, dan Firdaus. *Islamic Branding dan Religiusitas*. Bintan: Stain Sultan Abdurrahman Press, 2019.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2016.
- Irawan, Doni, Prima Widhi N, Richard Sagiman, dan Soesilo Nugroho. "Pengaruh Theory Planned Behavior terhadap Keputusan Menabung di Rekening Syariah." *Indonesia Business Review* 3, no. 1 (2020): 1–14.
- Irawan, Mohammad Rizal Nur. "Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt . Satria Nusantara Jaya." *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 5, no. 2 (2020): 140–56.
- Irwan, Gani, dan Siti Amalia. *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2015.
- Izzudin, Ahmad. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner." *Penelitian Ipteks* 3, no. 2 (2018): 100–114.
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Karundeng, Nikita, Johnny A. F. Kalangi, dan Olivia F. C. Walangitan. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (2019): 83–90.
- Kuspriyono, Taat, dan Ela Nurelasari. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase to Intention." *Cakrawala* 18, no. 2 (2018): 235–42.
- Kusuma, Aryanti Muhtar, Maulida Ainul Hikmah, dan Aufarul

- Marom. “Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle terhadap Minat Pembelian Produk Skincare pada Generasi Millennial di Kabupaten Kudus.” *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 2 (2020): 289–302.
- Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, dan Taofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Kusumawardhini, Siti Sarah, Sri Rahayu Hijrah Hati, dan Sri Daryanti. “Understanding Islamic Brand Purchase Intention: The Effects of Religiosity, Value Consciousness, and Product Involvement,” 2016, 158–66. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2016.11.02.15>.
- Latief, Abdul. “Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa).” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 7, no. 1 (2018): 90–99.
- Luthfiana, Nadya Andika, dan Sudharto P. Hadi. “Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee).” *Diponegoro Journal Of Sosial and Political*, 2019, 1–7.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Nasir, Moh, dan Harti. “Pengaruh E-Service Quality dan Diskon terhadap Minat Beli pada Situs Online di Website Zalora.co.id di Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 1, no. 1 (2017): 18.
- Nuada, I Nuada, Asri Oktiani, Suharti, dan M Faezal. “ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR, DESAIN WEBSITE DAN ONLINE REVIEW TERHADAP MINAT BELI ONLINE DI MARKETPLACE LAZADA.” <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI> 16, no. 1 (2021): 5961–68.
- Nuseir, Mohammed T. “The impact of electronic word of mouth (e-WOM) on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries – a case of (UAE).” *Jurnal of Islamic Marketing*, 2019.
- Oktaviani, Naulia, Widji Astuti, dan Achmad Firdiansjah. “PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBENTUKAN KOMITMEN PELANGGAN DAN e-WOM.” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 12, no. 1

- (2019): 93–112.
- P, I Made Indra, dan Ika Cahyaningrum. *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Padilah, Paishal, dan Putu Nina Madiawati. “Pengaruh E-Service Quality, Bauran Promosi, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Dana Di Bandung.” *e-Proceeding of Management* 07, no. 2 (2020): 3710–19.
- Pangiuk, Ambok, dan Zamharil. “Analisis Keputusan Beli Nasabah Non Muslim Pada Asuransi Syariah Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Cabang Jambi.” *Ijeb* 1, no. 1 (2016): 22–36.
- Powa, Guen Angela, S.L.H.V. Joyce Lopian, dan Rudy S. Wenas. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa FEB UNSRAT.” *EMBA* 6, no. 3 (2018): 1194.
- Prasad, Shantanu, Ishwar C Gupta, dan Navindra K Totala. “Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Purchase Decision Involvement ABSTRACT.” *Journal of Business Administration* 8, no. 2 (2017): 1–31. <https://doi.org/10.1108/APJBA-06-2016-0063>.
- Puriwat, Wilert, dan Suchart Tripopsakul. “THE IMPACT OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY IN MOBILE BANKING USAGE: CASE STUDY OF THAILAND.” *Polish Journal of Management Studies* 15, no. 2 (2017): 183–93.
- Rahman, Md Adnan, Tanvir Abir, Dewan Muhammad Nur-A Yazdani, Abu Bakar Abdul Hamid, dan Abdullah Al Mamun. “Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers.” *Journal of Xi’an University of Architecture & Technology* XII, no. III (2020): 4935–46.
- Rahman, Muhammad Sabbir, Md Afnan Hossain, Mahmud Habib Zaman, dan Mahafuz Mannan. “E-service quality and trust on customer’s patronage intention: Moderation effect of adoption of advanced technologies.” *Journal of Global Information Management* 28, no. 1 (2020): 39–55.
- Rahmawaty, Anita. “Model Empiris Minat Entrepreneurship Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior.” *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2019): 64–87.
- Retnowulan, Julia. “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga

- terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi.” *Cakrawala XVII*, no. 2 (2017): 139–45.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris, dan Kadek Rai Suwena. “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha 11*, no. 1 (2019): 318–28.
- Rumondang, Asri, Acai Sudirma, Samsider Sitorus Aditya Halim Perdana, Melda Manuhutu Adriasan Sudarso, Janner Simarmata, Dian Hasdiana Tasnim, dan Nina Fapari Arif. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Santika, I Wayan, dan Komang Agus Satria Pramudana. “Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel Di Bali.” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 1*, no. 3 (2018): 278–89.
- Santosa, Alvendo Teguh. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN , KUALITAS PRODUK , STORE ATMOSPHERE , DAN E-WOM TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI TERHADAP KONSUMEN ZENBU-HOUSE OF MOZARU PARIS VAN.” *Jurnal Manajemen Maranatha 18*, no. 2 (2019): 143–58.
- Sari, Funghiya, dan Endriana Pangestuti. “Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 54*, no. 1 (2018): 189–96.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2231>.
- Sari, Novita, Muhammad Saputra, dan Jamaluddin Husein. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com.” *Jurnal Manajemen Magister 03*, no. 01 (2017): 96–106.
- Satria, Arief Adi. “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36.”

- Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2, no. 1 (2017): 45–53.
- Satriawan, Kadek Aria, dan Putu Yudi Setiawan. “The Role of Purchase Intention in Mediating The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Decision.” *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* 7, no. 3 (2020): 38–49.
- Septiani, Fauziah. “pengaruh harga terhadap minat beli.” *Jurnal Mandiri* 1, no. 2 (2017): 274–88.
- Seran, Sirilius. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Setyowati, Dina, dan Sri Suryoko. “Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Situs Bukalapak Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no (2020): 251–60.
- Siregar, Syofian. *Metode Pemilihan Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2017.
- Soehartono, Irawan, dan Kusnaka Adimihardja. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sukmaningrum, Swastinitya, dan Mudji Rahardjo. “Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa menggunakan theory of planned behavior.” *Diponegoro Journal Of Management* 6, no. 3 (2017): 1–12.
- Syarifah, Eka, dan Karyaningsih. “Pengaruh Online Customer Review dan Kepercayaan terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada.” *Economics and Digital Business Review* 2, no. 2 (2021): 222–31.
- Temporal, Paul. *Islamic Branding And Marketing*, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Service Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Widyaningsih, Ety Nurwati, dan Sigit Dani Nugroho. “Dan citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan.” *Jurnal Ilmiah MEA* 4, no. 1 (2020): 522–40.
- Wikamorys, Dian Anggraini, dan Thinni Nurul Rochmach.

- “Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak.” *Jurnal Administrasi Kesehatan* 5, no. 1 (2017): 32–40.
- Winata, Andri, dan Isnawan Ahlul Fiqri. “Pengaruh harga dan kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan hotel emersia di bandar lampung.” *Jurnal Manajemen Magister* 03, no. 02 (2017): 133–49.
- Wiryanthy, Noverita, dan Singgih Santoso. “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas terhadap Minat Beli Produk Private Label.” *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 2, no. 1 (2019): 87–96.
- Yulfan Arif Nurohman. “THEORITICAL REVIEW: TEORI MEREK HALAL Oleh: Yulfan Arif Nurohman Dosen Tetap IAIN Surakarta.” *Among Makarti* 10, no. 20 (2017): 87–94.

