

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, & Yasa. (2024). *Niat Beli Ulang : Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk*. Media Pustaka Indo.
<https://books.google.co.id/books?id=PnL8EAAAQBAJ>
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=ZPpLEAAAQBAJ>
- Asmarita Tri Utami, M., & Eko Astuti, M. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mixue Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 7(2).
- Batat, W. (2019). *Digital Luxury: Transforming Brands and Consumer Experiences*. SAGE Publications.
<https://books.google.co.id/books?id=ysiSDwAAQBAJ>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas Dan Reabilitas Penelitian: Vol. 232 hal*. Mitra Wacana Media.
<https://core.ac.uk/download/pdf/187726085.pdf>
- Cahyono, E. T., & Syahril, M. (2023). Pengaruh Iklan Dan Duta Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Shopee. *Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)*, 12.
- Chandra Kusuma, A., Listyorini, S., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Emina Cosmetics di Kota Semarang). *Imu Administrasi Bisnis*, 11(1).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Connolly, B. (2020). *Digital Trust: Social Media Strategies to Increase Trust and Engage Customers*. Bloomsbury Publishing.
<https://books.google.co.id/books?id=AWnDDwAAQBAJ>
- Damayanti, R. W., & Handayani, M. (2023). Pengaruh Live Streaming terhadap Customer Churn pada Tiktok Shop: A Stimulus-Organism-Response Framework. *Strata Business Review*, 1(2), 222–230.
<https://doi.org/10.59631/sbr.v1i2.115>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
<https://books.google.co.id/books?id=RbyfEAAAQBAJ>
- Dwi Maulina, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybellin (Studi Pada Mahasiswi Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *repository unisma*, 1–23.

[https://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/7011/S1_FIA_21901092009_RARE DWI MAULINA.pdf?sequence=1](https://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/7011/S1_FIA_21901092009_RARE%20DWI%20MAULINA.pdf?sequence=1)

- Firmansyah, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UM Surabaya Publishing.
<https://books.google.co.id/books?id=mlzNEAAAQBAJ>
- Hair, J. F., Black, W. C. B. J. B., & Anderson, R. E. (2009). Multivariate Data Analysis (7th Edition). In *Polymers* (Seventh Ed, Nomor до 2011-08).
<https://doi.org/10.3390/polym12123016>
- Hasan Sazali, M. A., Tri Niswati Utami, M. K., & Harahap, N. (2023). *Komunikasi Kebijakan Publik: Penanganan Stunting Berbasis Agama dan Budaya di Indonesia*. Merdeka Kreasi Group.
<https://books.google.co.id/books?id=H5jCEAAAQBAJ>
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis - Paragidma Kuantitatif*. Grasindo.
<https://books.google.co.id/books?id=XOytduwzBzAC>
- Indrasari, M., & Press, U. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
<https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ>
- Leon, F. M., Suryaputri, R. V., & Purnamaningrum, T. K. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, dan Akuntansi*. Penerbit Salemba. https://books.google.co.id/books?id=aO_bEAAAQBAJ
- Marpaung, R. (2013). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Semangat Kerja Pegawai Dinas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan Kabupaten Siak. *Jurnal Ekonomi*, 21, 1–16.
- Martiyanti, D., Eko Astuti, M., Barus, A., & Parulian, E. (2023). *Strategi Keterikatan Pelanggan Di Media Sosial Untuk Optimalisasi Kegiatan UMKM Di Era Digital*. 2(2). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Nilawasti Nasti, A. H. L. (2021). *Perilaku Konsumsi Beras Organik Indonesia*. CV. AZKA PUSTAKA.
<https://books.google.co.id/books?id=pzZZEAAAQBAJ>
- Ning Fatonah, M. (2023). *Pengaruh Word Of Mouth, Perceived Quality, dan Price PERception Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Aoka (Studi pada Konsumen Aoka di Solos Raya)*. <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/id/eprint/5908>
- Nugraha, K., Arief, Abdinagoro, Heriyati, P., & Kurniatun, T. C. (2023). *Peran Incumbent Holding Effects dalam Praktik Bank Syariah di Indonesia*. Indonesia Emas Group.
<https://books.google.co.id/books?id=hJTgEAAAQBAJ>
- Nurdelila, Harahap, N. H., Joesah, N., Permana, I. S., Yusuff, A. A., Ulfah, M., Hindarti, S., Yuniawati, R. I., & Nilasari, Y. (2022). *Buku Ajar*

- Kewirausahaan*. Feniks Muda Sejahtera.
<https://books.google.co.id/books?id=9zWKEAAAQBAJ>
- Nurmawati. (2021). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
<https://books.google.co.id/books?id=CHRMEAAAQBAJ>
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2010). *Essentials of Nursing Research: Appraising Evidence for Nursing Practice*. Wolters Kluwer Health/Lippincott Williams & Wilkins. <https://books.google.co.id/books?id=7GtP8VCw4BYC>
- Prayoga, I. K. W., & Yasa, N. N. K. (2023). *Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Purchase Intention : Konsep dan Studi Kasus Pada Calon Konsumen Kedai Kopi Fore Coffee*. CV Pena Persada.
<https://books.google.co.id/books?id=r7G1EAAAQBAJ>
- Putri, W., & Harti, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Scarlett. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 346–363.
<https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4143>
- Qorib, Muhammad, & Harfiani, R. (2022). *Panduan Penulisan Skripsi FAI UMSU*. umsu press. <https://books.google.co.id/books?id=kmRiEAAAQBAJ>
- Rahmawati, H., & Driyan Pradana, W. (2024). *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis Perilaku Pembelian Online Konsumen Produk Kosmetik: Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Celebrity Endorsements Di DIY*. 2(4). <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Rahmawati, I. M., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Promosi Cashback terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompet Digital ShopeePay (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 02(02), 535–547.
- Semma, M. (2008). *Negara dan korupsi: pemikiran Mochtar Lubis atas negara, manusia Indonesia, dan perilaku politik*. Yayasan Obor Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=ktwUaT9VvxAC>
- Sitinjak, T., Durianto, D., Sugiarto, & Yunarto, H. I. (2004). *Model Matriks Konsumen utk Mcpt.Spy*. Gramedia Pustaka Utama.
<https://books.google.co.id/books?id=SPQdixIwYh4C>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D. In *Alfabeta*, CV (Nomor April).
- Susanto, Wijarnako, & Rosyid. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Quantum Bisnis & Manajemen.

https://books.google.co.id/books?id=MYVhZN_1JzYC

Tahir, R., Anggraeni, A. F., Thamrin, S., Yulianti, M. L., Lestari, W., Wahidah, A. N., Hidayah, A. J., Sa'dianoor, S., Pranata, A., & Sar, N. (2023).

Metodologi Penelitian : Teori, Masalah dan Kebijakan. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

<https://books.google.co.id/books?id=LHTYEAAAQBAJ>

Wati, K. M. (2023). Analysis of financial statements in measuring the performance of UMKMin Mamuju Regency(Case Study on the AL-KAHFI FOOD Business Group). *Manajemen*, 415–418.

Weitzl, W. (2016). *Measuring Electronic Word-of-Mouth Effectiveness: Developing and Applying the eWOM Trust Scale*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://books.google.co.id/books?id=2OQyDQAAQBAJ>

Weitzl, W. (2017). *Measuring Electronic Word-of-Mouth Effectiveness*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15889-7>

Yelly Herien, Rahman, A., & Adab, P. (2023). *Meningkatkan Akseptabilitas Teknologi dalam Pendidikan Keperawatan: Peran Behavioral Intention*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=bSLlEAAAQBAJ>

Yulira, I. M. (2016). *Regresi Linier Berganda*. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf