

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurshi*, 10(2), 172-185
- Agustiara, R., Okatini, M., & Jumhur, A. A. (2019). Effect Of Beauty Vlogger Testimonial (Review) On Consumer Interest (Viewers) On Cosmetic Products. *Jurnal Jobs Business Administration Department*, 5(2), 149-156.
- Agustin, R. D., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(2), 47-49.
- Ahmed, Z., Asim, M., & Saleem, M. F. (2019). Impact Of Customer Satisfaction On Buying Behavior : The Mediating Effect Of Word Of Mouth (WOM). A Survey Of Retail Markets Of Karachi. *Journal of Business Administration and Management Sciences*, 3(1), 39-47.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Jurnal Widyakala*, 3(3), 317-373.
- Ardiansyah, Widiana, M. E., & Pudjowati, J. (2014). Pengaruh Testimoni Selegram dan Gambar Produk Fashion terhadap Impulse Buying Konsumen pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Branchmarck*, 4(1), 86-96.
- Baber, A., Thurasamy, R., Malik, M. I., Sadiq, B., Islam, S., & Sajjad, M. (2016). Online word-of-mouth antecedents, attitude and intention-to-purchase electronic products in Pakistan. *Journal Telematics and Informatics*, 33(2), 388-400. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.09.004>
- Elpansyah, C., Nurdin, S., & Rahayu, Y. S. (2019). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Minat Beli Melalui Citra Perusahaan dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening pada Jasa Umroh PT Indojava Mulia Wisata. *Jurnal Sain Manajemen*, 1(1), 85-95.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), 461-467.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Finanda, I. R., & Wiwaha, A. (2017). Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan pada Konsumen Mil Off

- Beauty Bar. *Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika*, 1(2), 134-140.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar Statistik Inferensial - edisi 1 - cetakan ke 2*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Harisno, & Herby, D. (2018). The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers. *CommIT (Communication & Information Technology) Journal*, 12(1), 13-18.
- Kalele, S., Oroh, S. ., & Sumarauw, J. (2015). Pengaruh Word Of Mouth , Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA*, 3(3), 451-462.
- Krejcie, R. V, & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size For Research Activities. *Journal Education And Psychological Measurement*, 38, 607-610.
- Kuncoro, A., & A.W., S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli , Dan Testimoni (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari -April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8 (1), 21-34.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung : Alfabeta.
- Kurniawan, R., & Yunarto, B. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana.
- Lalitamanik, R., Apriatni, E., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Activity, Interest, Opinion (AIO) Dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Menonton Film di Bioskop E-Plaza Semarang. *Dliponegoro Journal Of Social And Political Science*, 8(3), 1-10.
- Layla, S. ., & Usman, O. (2019). Effect Of Advertising, Word Of Mouth, Website Quality, And Risk Perception On Buying Interest (Study On Cunsomer E-Commerce Shopee). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lestari, S. ., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga dan Word Of Mouth (WOM) terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Journal EcoGen*, 2(3), 524- 533.
- Lotulung, S. C., Lopian, J., & Moniharapon, S., (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan WOM ( Word Of Mouth ) terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss pada CV. Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal EMBA*,3(3), 817-826.
- Maku, O. E., Adetowubo-King, S. A., & Aduralere, O. . O. (2018). Impact of

Petroleum Product Price on Human Welfare in Nigeria. *Scientific Journal of Polonia University*, 29(4), 27-42. <https://doi.org/10.23856/2906>

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Global*. Bandung : Alfabeta.

Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetensi Global*. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.

Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61-76.

Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1), 12. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>

Ningrum, M. S., & Tresnati, R. (2017). Pengaruh Iklan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian ( Survey Pelanggan Klinik Vanela Beauty Care Cimareme Padalarang ). *Prosiding Manajemen*, 274-279.

Nst, muhammad fakhru rizky, & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02), 135-143.

Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Edisi 2*. Bantul : Azyan Mitra Media.

Priansa, D. J. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : CV. Pustaka Setia.

Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.

Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cheri melalui Minat Beli. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 185-187.

Rahyuda, K. (2019). Peran Word Of Mouth Memediasi Hubungan Antara Iklan dan Harga terhadap Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4589-4618. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.V08.I07.P2>.

Rostianto, M. M. E.-M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). Daya Tarik Testimonial di Sosial Media dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 3(1), 2597-5234. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto

- Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1803-1813.
- Salfina, L., & Gusri.H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi ISSN 2615-4234 (Cetak) // ISSN 2615-3254 (Online)*,1(1), 83-100.
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 1-13. <https://doi.org/10.22441/jimb.v1i3.570>
- Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Konsumen (Studi Pada PT. Samudranesia Tour And Travel Pekanbaru ). *JOM FISIP* 4(1), 3-5.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 29(1),3-4.
- Sepang, J., & Joel, G. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1463-1472.
- Shannon, B. N., McGee, Z. A., Jones, B. D., Shannon, B. N., McGee, Z. A., & Jones, B. D. (2019). Bounded Rationality and Cognitive Limits in Political Decision Making. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, (February), 1-26. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.961>
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Prenamedia Group.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kombinasi (Mxed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Syifa, A., Heryanto, B., & Rochani, S. (2018). Pengaruh Testimonial dan Electroic Word Of Mouth (eWOM) terhadap Purchase Intention (Studi pada Toko Online Shop LA Florist ). *JIMEK -1(1)*, 19-33.
- Tjiptono, & Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3 -Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif*

*hingga e-Marketing*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.

Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Waqhidah, F. Z., (2019). Pengaruh Testimoni Pembelian dan Kualitas Barang terhadap Minat Pembelian Online Shop melalui Market Place Shopee Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 4(1), 75-84. <https://doi.org/10.37700/0033-2909.I26.1.78>

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

bisnisbisnis.id. (2017). <http://bisnisbisnis.id/2017/10/07/membuat-fitur-testimoni-yang-bernilai-persuasif/>.

compas.com.(2017).<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/15/183722726/hip-pindo-keluhkan-persaingan-tak-sehat-antara-toko-offline-dan-online>.

Efendi, I. (2018). <https://www.it-jurnal.com/keuntungan-berbelanja-secara-online/>.

<https://multysuksesindonesia.net/sistem/profil-perusahaan-msi/>. (n.d.).  
<https://multysuksesindonesia.net/sistem/profil-perusahaan-msi/>.

turboly.com. (2016). <https://turboly.com/blog/2016/12/Pengaruh-The-Power-of-Word-of-Mouth-Dalam-Meningkatkan-Penjualan.html>.