

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiansyah, A. N., & Marlana, N. (2021). Pengaruh social media marketing dan e-wom terhadap minat beli produk geoffmax. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(3), 379–391.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakad media publishing.
- Cahya, A. D., Annisa, I. N., Setiawan, F. B., & Dharmanisa, A. L. (2021). Analisis Pengaruh Service Quality dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UKM Bakpia Boomber Mas Raga Gunung Kidul). *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 168–173.
- Emilia, F. (2022). *Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Geprek Mas Boy Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Produk Ayam Geprek Mas Boy Di Kecamatan Sukarame)*. Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung.
- Eureka Media Aksara. (2024). *Metode penelitian kuantitatif di manajemen dengan aplikasi SEM PLS*. Eureka Media Aksara.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 3.
- Ghozali, M. (2021). Faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan margin terhadap minat nasabah pembiayaan Murabahah di Bank Syariah. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–76.
- Hair, J. F. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS- SEM)*. Sage.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Ibrahim, A. A.-Z., & Lestari, I. (2023). Perancangan UI/UX Pada Website Rumah Tahfidz Akhwat Menggunakan Metode Design Thinking. *Teknika*, 12(2), 96–105.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif (panduan praktis merencanakan, melaksanakan, dan analisis dalam penelitian kuantitatif)*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan

- Maidiana, M. (2021). Penelitian survey. *ALACRITY: Journal Of Education*, 20–29.
- Maisura, M., Ulandary, Y., Murnaka, N. P., Azhari, D. S., Erliana, L., & Ahyani, E. (2023). Strategi manajemen pendidikan dalam meningkatkan kualitas pembelajaran PAI di era digital. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2733–2747.
- Marlita, E., & Rahmawati, V. (2022). Kajian Media Sosial dan Kualitas Produk pada Minat Beli Konsumen Kaos Stelabs Startup Business. *Indonesian Journal of Management Science*, 1(1), 51–60.
- Melati, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Simpatik Cabang Unaaha Kabupaten Konawe. *Jurnal GeoEkonomi*, 12(1), 1–16.
- Nurdin, S., Restiani Widjaja, Y., & Putri, N. E. (2023). Strategi Meningkatkan Minat Pembelian Menggunakan Social Media Marketing Dan Word Of Mouth. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 2685–6972.
- Pratama, R. W., & Sungkono, S. (2023). Pengaruh strategi content marketing terhadap minat beli pada Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1382–1391.
- Rachmat, Z. (2023). Konsep Dasar Pemasaran. *Manajemen Pemasaran Perusahaan*, (Bab 1).
- Rina, S., Yusnidar, C., & Nellyana, N. (2023). Hubungan Islamic Branding, Kualitas Produk dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Skincare (Studi Pada Mahasiswa Universitas Jabal Ghafur yang Menggunakan Produk Skincare). *MAFEBIS: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 58–70.
- Safitri, D., Sudirman, R., & Angin, S. A. B. R. P. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Pada Warung Seblang Di kecamatan Singojuruh Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2125–2146.
- Samsu, S. Ag. , M. Pd. I. , Ph. D. (2017). *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi*

Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development (S. Ag., M. Pd. I. Dr. Rusmini, Ed.). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587–632). Springer.

Septiawan, R. D., & De Yusa, V. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Youtube 3second Tv Terhadap Minat Beli Produk 3second. *Manajemen*, 3(1), 25–33.

Setiawan, J., & Cholid, I. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk UMKM Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 50–59.

Setyafany, A. B., & Umam, M. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Garniera (Studi Kasus Calon Pengguna Garnier Gender Perempuan di Solo Raya) . Doctoral Dissertation, UIN Surakarta.

Sinaga, B. A., & Sulistiono, S. (2020). Pengaruh electronic word of mouth dan promosi media sosial terhadap minat beli pada produk fashion Eiger.

Siswanto, H., & Maskan, M. (2021). Pengaruh brand awareness dan word of mouth terhadap keputusan pembelian ayam geprek pada Preksu di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 93–96.

Sualang, B., Soepeno, D., & Poluan, J. G. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada UMKM Studi Kasus Cousin Coffee Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset*

Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 12(03), 115–126.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In Penerbit Alfabeta. Penerbit Alfabeta.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.

Susanti, A., Rismansyah, R., & Robyardi, E. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Lokasi Usaha terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Buket di Kecamatan Seberang Ulu Ii Kota Palembang. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(3), 479–494.

Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda, Ed.). Citapustaka Media.

Wahyudianto, M. Z. (2020). Pengaruh persepsi harga dan promosi penjualan terhadap minat beli Butuhbaju. com. *Performa*, 5(4), 311–331.