

## DAFTAR PUSTAKA

- Abarca, R. M. (2021). Definisi Konseptual. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Abdullah, C. (2018). Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Tentang Promosi Dan Store Atmosphere Serta Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Pada Caribou Coffee PVJ Dan Starbucks Coffee PVJ. *Universitas Katolik Parahyangan*, 57–77.
- Alfianto, A. N. (2019). Paradigma Penelitian. 5–24.
- Alwi, I. (2012). Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel. *Jurnal Formatif*, 2(2), 140–148.
- Anas Hidayat, M. (2018). Uji Validitas. 2002.
- Andis, A., Risal, M., & Kasran, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 92–102. <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i1.345>
- Angraeni, D. (2021). Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Local Brand) Di Kota Palembang [Universitas Muhammadiyah Palembang]. In *Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (Vol. 3, Issue 1)*. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Angkat, D. W., & Prihatini, A. E. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Lazada. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 441–448.
- Annisa, F. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Richeese Factory).
- Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. (2019). Pengaruh Keterlibatan dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. *Managment Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 14(2), 122–137. <https://core.ac.uk/download/pdf/275907338.pdf>
- Ardiansyah, R. (2017). Subjek, Objek dan Metodologi Penelitian. *Repository.Unpas.Ac.Id*, 63–79.
- Arif, M. (2020). Product Quality , Influence Of Price And E-Commerce On People ' S Buying Interest On Umkm. 104–111.
- Arsyalan, A. G., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Bandung Di Shopee. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 5566–5583.
- Aulia, R. (2019). Uji Hipotesis. 4(1), 1–23.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165.
- Aziz, N. (2017). Implementasi penggunaan media gadget untuk memberi kemudahan

- dalam pelaksanaan proses pembelajaran pendidikan kewarganegaraan. 31–43.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Bilkisty, R. A. (2017). Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Sebagai Pemoderasi. Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung, 63–99.
- Briliana, V., & Ritonga, J. S. (2016). Pengaruh perceived price, brand equity, brand loyalty, perceived price deal, dan product involvement terhadap purchase intention mobil toyota grand new avanza. *Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(1), 12.
- Buyung, S., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 04 Tahun 2016*, 16(4), 376–386.
- Cahya, A. D., Sangidah, U., & Rukmana, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Toko Azam di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 70. <https://doi.org/10.37531/mirai.v6i1.860>
- Cahyania, D. (2018). Tinjauan Atas Prosedur Pembelian Peralatan Kantor Pada Pt Deltra Wijaya Konsultan. 20–27.
- Darmawan, A. D. (2018). Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis. i, 16–45.
- Dewi, M. (2020). Model Fit. Bab III Metoda Penelitian, 1–9.
- Dian Ela Revita, M. L., Frimayasa, A., & Kurniawan, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Maria Lapriskha Dian Ela Revita Agtovia Frimayasa Aris Kurniawan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 1 2018*, 1(1), 2614–3747.
- Dihardjo, D., & Effendi, P. M. (2019). Pengaruh Involvement, Familiarity, Brand Loyalty, Dan Price Sensitivity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Bubuk Merek Dancow Di Surabaya Selatan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Dr. Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Elvial. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Pada Toko Lis Computer Tanjungpinang. 210093.
- Englan, D. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Repository.Stp*, 26–37.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fadjarina, J. R. (2016). Pengaruh Periklanan Dan Kepercayaan Online Terhadap Proses

- Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Pembelian Berulang Dalam C2C E-Commerce TOKOPEDIA. In *Euphytica* (Vol. 18, Issue 2). <http://dx.doi.org/10.1016/j.jplph.2009.07.006><http://dx.doi.org/10.1016/j.neps.2015.06.001><https://www.abebooks.com/Trease-Evans-Pharmacognosy-13th-Edition-William/14174467122/bd>
- Fahmi, I. (2019). Budaya Organisasi, Turnover karyawan dan Kepuasan Kerja. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 43–56.
- Fahreza, F. (2018). The Influence of Price , Product Quality , And Service Quality on Customers ' Satisfaction at Telkom Semarang Wifi Corner. *Business Administration Department*, 4(1), 65–80.
- Faizah, N. (2019). BAB III METODE PENELITIAN. 5–24.
- Falah Wicaksono, R., & Eka Putri, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Mischief Denim. *E-Proceeding of Management: Vol.8, No.1 Februari 2021*, 8(1), 2013–2015.
- Fernandes, & Junaedi, S. (2016). Pengaruh Country of Origin Image, Product Knowledge, Dan Product Involvement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung. *E-Journal UAJY*, 1–15. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwivW1qb71AhW7T2wGHfIWBj0QFnoECAYQAQ&url=http%3A%2F%2Fjournal.uajy.ac.id%2F10320%2F1%2FJURNALEA19837.pdf&usg=AOvVaw2CoRQzYJm2VpEhzpE6AgNe>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*, 7(1), 441–469.
- Fhonna, R. A., & Sorayanti Utami. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Konsumen Shopee Di Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(3), 20–32.
- Firdaus, R., & Sharif, O. O. (2020). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Pada Brand Image Dan Purchase Intention Terhadap Produk Sepatu Nike (Studi Pada Konsumen Di Kota Bandung). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(6), 900–914. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i6.392>
- Firnanda, Y., Cholifah, & Istanti, E. (2017). Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pengguna Lazada . Co . Id. *Jurnal Manajemen Branchmark*, 3(3), 207–218.
- Fitriani, R. (2016). Amos-Sem. Structural Equation Modeling, 1–22.
- Fitrianty, Y. R. (2018). Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gain, R., & dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 142–150.

- García Reyes, L. E. (2016). Bab 3 metode penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ghozali. (2018a). *Metode Penelitian*. 29–43.
- Ghozali. (2018b). *Metodologi Penelitian*. 34–46.
- Goleman, D., Boyatzis, R., & Mckee, A. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan institusional dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Gunawan, G. T., & Sitinjak, T. (2018). Pengaruh Keterlibatan Fashion Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Terhadap Remaja Dan Pemuda Dki Jakarta). *Jurnal Manajemen*, Vol.7(No.2), 109–123.
- Gunawan, J. L. (2021). Pengaruh marketing mix pada tisu merek private label brand equity Indomaret pada toko pengecer di Jabodetabek. Universitas Pelita Harapan, 2013–2015.
- Gunawan, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen Umkm Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau. 0(0), 94.
- Hadi, E. S. (2017). Pengaruh Iklan Tokopedia Terhadap Pemanfaatan E- Commerce Di Kalangan Unit Kegiatan Mahasiswa Buddhis Universitas Sumatera Utara Medan. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli [Universitas Islam Attahiriyah The]. In *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.3, Oktober 2019: 415 - 424 P-ISSN 2527–7502 E-ISSN 2581-2165 (Vol. 4, Issue 3)*. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/291>
- Hamid, F. (2016). Motif Pemilihan Metode Penelitian Dalam Penyusunan Skripsi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, Vol. 5(3, November), 280–289.
- Hardoko, H. (2020). Pengaruh e-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian online di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1). <https://doi.org/10.51277/keb.v15i1.64>
- Hariono, L. (2019). Apakah E-Wom (Electronic Word of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(1). <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i1.4946>
- Hartono, B. S., & Sugiharto, S. (2018). Pengaruh Product Quality Terhadap Brand Loyalty Konsumen Honda Jazz Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/7610>
- Hasim, E. (2020). *Prosiding Webinar Magister Pendidikan Dasar Pascasarjana*

- Universitas Negeri Gorontalo “ Pengembangan Profesionalisme Guru Melalui Penulisan Karya Ilmiah Menuju Anak Merdeka Belajar ” Gorontalo, 14 Juli 2020 ISBN: xxxxxxxxxxxx. 85–94.
- Hatta, H., & Salman, M. (2016a). Keputusan Pembelian: Pengaruh Kualitas Informasi Dan Komunitas Virtual Samsung Galaxy Tab Di E-Commerce. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 105–121. <https://doi.org/10.17977/um042v21i1p105-121>
- Hatta, H., & Salman, M. (2016b). Keputusan Pembelian: Pengaruh Kualitas Informasi Dan Komunitas Virtual Samsung Galaxy Tab Di E-Commerce. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 105–121. <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2044>
- Hendryadi, H. (2017). Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 169–178. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.47>
- Hermawan. (2018). Variabel dependen dan Independen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hidayat, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjai Madura). *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 9(2), 77–95. <https://doi.org/10.30813/jiems.v9i2.40>
- Hidayat, R. R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Pembeli Gula Aren Sawit di desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut). 1–2.
- Hong, I. B. (2015). Understanding the consumer’s online merchant selection process: The roles of product involvement, perceived risk, and trust expectation. *International Journal of Information Management*, 35(3), 322–336. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.01.003>
- Iman Prayoga, & M. Rachman Mulyandi. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136–140. <https://doi.org/10.46799/jst.v1i5.60>
- Indriani, D. (2019). BAB III Metodologi Penelitian. *Simulation*, 16(1), 45–46. <https://doi.org/10.1177/003754977101600108>
- Irwan. (2018). Relevansi Paradigma Positivistik dalam Penelitian Sosiologi Pedesaan. *Jurnal Ilmu Sosial*, 17(1), 21–38.
- Islamy, I. (2019). Penelitian Survei Dalam Pembelajaran Dan Pengajaran Bahasa Inggris. *Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 19(5), 463–466.
- Jamaluddin, S. (2017). Pengaruh Strategi E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Rovca Clothing Di Makassar. In *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar (Vol. 6)*.
- Janna, N. M. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik. 1–8.
- Jayani, D. H. (2021a). Bukan Shopee, Tokopedia Juara E-commerce Terpopuler Kuartal II - 2021. *KataData*, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/17/bukan-shopee-tokopedia-juara-e-commerce-terpopuler-kuartal-ii-2021>
- Jayani, D. H. (2021b). Nilai Transaksi E-Commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun pada

2020. KataData, 2021. katadata.co.id
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Learning Management System (Lms) Berbasis Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13. <https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- Khadafi, R. (2019). Hypotethico-Deductive Method ., *FISIP UI*, 29–50.
- Kitri, Z. P. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Lokal Dalam Menciptakan Image Internasional Tahun 2018 (Kasus pada Clothing Brand Saint Osa) [Universitas Atma Jaya Yogyakarta]. In Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Vol. 2, Issue January). <http://ieeauthorcenter.ieee.org/wp-content/uploads/IEEE-Reference-Guide.pdf%0Ahttp://wwwlib.murdoch.edu.au/find/citation/ieee.html%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.022%0Ahttps://github.com/ethereum/wiki/wiki/White-Paper%0Ahttps://tore.tuhh.de/hand>
- Korry, D. I. (2017). Pengaruh Status Kerja Ibu Rumah Tangga Terhadap Coping Stress. *Repository Unika Sogijapranata*, 36–44. <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/14757>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Laili, R. N. (2019). Menggunakan Media Pembelajaran Berbasis.
- Lee, W. I., Cheng, S. Y., & Shih, Y. T. (2017). Effects among product attributes, involvement, word-of-mouth, and purchase intention in online shopping. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 223–229. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2017.07.007>
- Lidwina, A. (2021). Produk Fesyen Jadi Primadona di E-Commerce. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/produk-fesyen-jadi-primadona-di-e-commerce>
- Lim, R. (2019). Pengaruh Product Involvement, Milk Knowledge, dan Percieved Value Terhadap Purchase Intention (Kasus: Produk Susu Ultramilk). *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN/Volume 03/No.7/Januari - 2019* : 23-28, 23–29.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Makbul, M. (2021). Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 4(1), 1–2. [http://www.ejurnal.its.ac.id/index.php/sains\\_seni/article/view/10544%0Ahttps://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=tawuran+antar+pelajar&btnG=%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jfca.2019.103237](http://www.ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/10544%0Ahttps://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=tawuran+antar+pelajar&btnG=%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jfca.2019.103237)
- Malik, A., & Nugroho, A. D. (2016). Abdul Malik dan Aris Dwi Nugroho Pendahuluan

- Ragam Paradigma. *Sosiologi Reflektif*, 10(2), 55–65. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/>
- Malonda, A. D., & Stephen, S. E. (2020). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Mangun Buana, I. B. G. M., & Wirawati, N. G. P. (2018). Influence Quality of Information System, Quality of Information, And Perceived Usefulness On User Accounting Information System Satisfaction. *E-Jurnal Akuntansi*, 22, 683. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v22.i01.p26>
- Mariadi, A. (2017). Pengaruh motivasi berprestasi dan kompetensi terhadap kinerja karyawan di PT.TASPEN Bandung. *Journal Universitas Pasundan*, 53(9), 1689–1699.
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone. 2(3), 29–39.
- Maulana, A. (2019). Pengaruh Website Oldblue.Co Terhadap Minat Beli Followers Aktif Instagram Oldblue.Co.
- Maulana, N., Saftari, I. J., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Bukalapak Nugraha. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2327–2341.
- Mauldy. (2020). Metode Penelitian Metode Penelitian. 43, 22–34.
- Mayastuti, I. G. A. P. U., Suryani, A., & Wardana, I. M. (2019). Peran Product Involvement Dalam Memoderasi Pengaruh Country Of Origin Terhadap Purchase Intention Smartphone Merek Oppo Di Kota Denpasar. 3604–3624.
- Mihendra, N. (2020). Paradigma Penelitian Pendidikan: Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Matematika di Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al-Washliyah Tahun 2015-2016. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Terpadu (Jppt)*, 2(1), 46–54.
- Mongkau, G., Kawet, L., & Sepang, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pasar Tradisional Remboken (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Sinuian Kec. Remboken). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2469–2477. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16727>
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 65. <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220105>
- Muhammad Nurhuda. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tupperware Di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram.
- Muqodim, M. (2019). Uji Asumsi Klasik. 40–48.
- Murti, W., & Hendhiyanto Yuliyansah, F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Smartphone Xiaomi Di Pusat Handphone Pgc Cililitan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.

- Nainggolan, R. (2020). Pengaruh Product dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Kukki Deli Dengan Pemasaran Online Sebagai Variabel Mediasi. *Management and Sustainable Development Journal*, 2(2), 87–98. <https://doi.org/10.46229/msdj.v2i2.189>
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah*, 05(02), 1–9. <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/raudhah/article/view/182>
- Ngafwa, L. (2018). Analisis Data Statistik Deskriptif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ningsih, I. D. A. B., Studi, P., Administrasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Utara, U. S. (2018). Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada. 01, 51–62.
- Nurani, M. A. (2017). Pengaruh Review Kertas Kerja Audit, Pengalaman Kerja Auditor Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Auditor Pemerintah. Skripsi. Program Studi Akuntansi Dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan, Bandung., 64–100.
- Nurdianawati. (2021). Uji Statistik. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Nurfitri, A. D. (2018a). Hubungan Antara Efikasi Politik Dan Kepercayaan Politik Dengan Partisipasi Politik Daring Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Di Kota Semarang. <Http://Repository.Unika.Ac.Id/>, 52–63. <http://repository.unika.ac.id/17672/4/15.E2.0002> ALDILA DYAS NURFITRI%2C S.PSI %289.34%29..BAB III.pdf
- Nurfitri, A. D. (2018b). *STIE Indonesia*. 12.
- Nurkusuma, F. (2017). Dasar Pengambilan Keputusan. 9–48. <https://doi.org/10.31227/osf.io/a4t5e>
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 5.
- Permatasari, W. S. (2010). Pengaruh Kompensasi dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Pelayanan Kependudukan di Kelurahan Petojo Utara Kecamatan Gambir Kota Administrasi Jakarta Pusat. Tesis, 57–76.
- Pirno, S. (2017). Penelitian bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dari product involvement terhadap brand loyalty grocery pada supermarket di Surabaya secara langsung maupun secara tidak langsung dengan mediasi dari Pengolahan data penelitian dilakukan deng. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.6 No.2 (2017)*, 6(2), 1241–1265.
- Pradipta, K. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*, 4(1), 1–2. [http://www.ejurnal.its.ac.id/index.php/sains\\_seni/article/view/10544%0Ahttps://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=tawuran+antar+pelajar&btnG=%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jfca.2019.103237](http://www.ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/10544%0Ahttps://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=tawuran+antar+pelajar&btnG=%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jfca.2019.103237)
- Prastuti, D. I., & Karyanti, Y. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta api Daring. *Faktor Exacta*, 13(3), 176–184. <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v13i3.7071>



- Pratama, R. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Keterlibatan Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Aplikasi Ovo Di Kota Bandung. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia, 53(9), 1689–1699.  
[https://www.scoutsecuador.org/site/sites/default/files/%5Bbiblioteca%5D/5.1 Conservacion de alimentos y Recetas sencillas.pdf%0Ahttp://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx](https://www.scoutsecuador.org/site/sites/default/files/%5Bbiblioteca%5D/5.1%20Conservacion%20de%20alimentos%20y%20Recetas%20sencillas.pdf%0Ahttp://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx)
- Pratama, R. B. (2019). Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 28–55.
- Priadi, Martha Purnama, I. R. (2018). Implementasi Human Capital Pada Pt. Telkom Indonesia Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Bandung (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas). 48–66.  
<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/32888>
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80.  
<https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1849>
- Pusparisa, Y. (2020). Apa Alasan Konsumen Pilih Produk Lokal? *KataData*, November, 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/produk-fesyen-jadi-primadona-di-e-commerce>
- Putra, I. G. W. S. C. (2021). Evaluasi Pengaruh Product Quality, Product Innovation Dan Marketing Promotion Terhadap Brand Image Ikea. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 1(1), 1–10.  
<https://doi.org/10.30813/digismantech.v1i1.2264>
- Putra, S. M. (2020). *Purchase Decision*. 5–24.
- Putri, F. A. P., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 449–460.
- Rahardja, R. D. (2016). Bab 3 metodologi penelitian. 66–83.
- Rahardjo, M. (2019). Uji Reliabilitas Data. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rahmandani, F. (2020). Raw Denim Sebagai Ekpresi Diri: Studi Kasus Pada Komunitas Indonesia Denim Group (INDIGO).
- Ramadhan, A. I., & Chairy. (2020). Pengaruh Brand Image, Product Involvement, dan Brand Engagement Terhadap Purchase Intention Teh Pucuk di Kota Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 42.  
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6796>
- Ratnasih M. AG., T., & Priatna, M. AG., D. T. (2018). Paradigma Penelitian Berbasis Gender. In *A psicanalise dos contos de fadas*. Tradução Arlene Caetano.
- Restyana, E. (2018). Landasan Teori. *Landasanteori.Com*, 2012, 72.  
<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-kreativitas-definisi-aspek.html>
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian.

- Jurnal Hikmah, 14(1), 62–70. <http://jurnalhikmah.staisumatera-medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/10/13>
- Ridho Kurniawan, M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Merek Jeans Lokal Sage Dalam Meningkatkan Brand Awareness. 1–115.
- Riswandi. (2016). Purchase Decision. UNISBA Repository, 24–57.
- Rizaldi, R. (2017). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. Metode Penelitian, 32–41.
- Rizaldi, Rizkal. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Tekstil & Garment Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014). E-Jurnal: Unpas, 33–56. <http://repository.unpas.ac.id/28039/6/bab3fix.pdf>
- Rizqi, A. D. (2017). Definisi kuantitatif dan kualitatif. 53(9), 1689–1699.
- Rofianah, Patricia Dhiana Paramita, dan A. F. (2016). Pengaruh Product Quality, Service Quality Dan Customer Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Dimediasi Trust Pelanggan Pada Mini Market Alfamart Boja Kendal. Journal Of Management, 2(2), 1–15.
- Romanti, G. (2019). Sistem Pengendalian Internal, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kapasitas Sumber Daya Manusia terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi BPKAD Pemerintah Kota Bandung). Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani, 53(9), 1689–1699.
- Rossanty, Y., & Nasution, M. D. T. P. (2018). Information search and intentions to purchase: The role of country of origin image, product knowledge, and product involvement. Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 96(10), 3075–3085.
- Sa'ait, N., Kanyan, A., & Nazrin, M. F. (2016). The Effect of E-WOM on Customer Purchase Intention. International Academic Research Journal of Social Science, 2(1), 73–80.
- Santos, A. (2017). BAB IV Metode Penelitian. 4(1), 1–23.
- Santosa, E. (2020). Uji Asumsi Klasik. 4(1), 1–23.
- Saptutyningsih dan Setyaningrum. (2019). Metode Penelitian. 1–9.
- Sari, D. S. (2019). Analisis Product Quality and Service Quality Terhadap Customer Satisfaction ( Studi Empiris Rumah Makan Di Kota Medan ). Jurnal Manajemen Tools Vol. 11 No. 1 Juni 2019 ISSN : 2088-3145, 11(1), 45–55.
- Sekaran, & Bougie. (2016a). Etika Pengumpulan Data. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 100, 5–24.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016b). *Research Methods for Business*.
- Sepriwanti, A. Y. U., Nofiawaty, N., & Nailis, W. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mobile Marketplace Shopee Di Kota Palembang. <https://repository.unsri.ac.id/25884/>
- Sesaria, M. (2020). Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Asosiatif. 2007, 45–61.
- Setiadi, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin Pada Pt. Kharisma Sukses Gemilang. Jurusan Manajemen, 5(1), 55.

- Sindunata, I. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Pada Oncu's Fruit Dessert ). *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83.
- Sriwindarti, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online Grabbike Di Ponorogo. 9–44. <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/5878>
- Sugiyanto. (2018). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.
- Sugiyono. (2016). Program Kemitraan T-TEP dalam mata pelajaran PMKR di SMK Negeri 2 Depok Sleman. *The Lancet*, 277(7175), 507–508. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(61\)90091-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(61)90091-5)
- Sugiyono & Priyatno. (2016). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Kinerja Pegawai. 1. [https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1637/BAB III.pdf?sequence=13&isAllowed=y#:~:text=Populasi dan Sampel-,Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek%2Fsubjek yang,Sugiyono%2C2016%3A135](https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1637/BAB%20III.pdf?sequence=13&isAllowed=y#:~:text=Populasi%20dan%20Sampel-,Populasi%20merupakan%20wilayah%20generalisasi%20yang%20terdiri%20atas%20objek%20yang%20diteliti,yang,Sugiyono%202016%203A135)).
- Sukoco, A. A. (2018). Keterlibatan Konsumen Terhadap Produk (Product Involvement) Dan Implikasinya Dalam Strategi Pemasaran. *XIII(1)*, 83–91.
- Suryadi. (2016). Validitas (Kesahihan). 1–8.
- Sustiyatik, E., & Setiono, B. A. (2020). Pengaruh Product, Price, Promotion, dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 10(1), 75. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i1.75>
- Sutono, S. (2018). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Dalam Pembelian Online Produk Fashion Wanita Pada Lazada Indonesia. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/jsmb/article/view/3773>
- Sutrisno, T. F. C. W., Hutapea, D., & Osiyo, D. (2020). Analisis Product Differentiation, Price Decisions, Product Quality Terhadap Kuatnya Motif Repeat Purchase (Studi Kasus Pada Bisnis Ayam Geprek Silemu). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 209–221. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10087>
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Sekolah tinggi ilmu ekonomi bank bpd jateng 2020. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* Volume 3 No. 2 Oktober 2021 ISSN 2685-3698, 3(2), 150–163.
- Taharu, R. V., Barusman, A. R. P., & Saptarini, V. (2019). Pengaruh e-Wom dan Review Produk pada Market Place Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Jadi Di Bandar Lampung. *Jurnal Visionist* ISSN : 1411-4186 Vol. 8, Nomor 1 – Maret 2019 Jurnal, 8.
- Taiwo, J., Ucheaga, E., Achugamonu, B., Adetiloye, K., Okoye, L., & Agwu, M. (2017). Credit Risk Management: Implications on Bank Performance and Lending Growth. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5B), 584–590. <https://doi.org/10.21276/sjbms>

- Tamboto, F. C., & Pangemanan, S. S. (2019). The Influence of Product Knowledge and Product Involvement Toward Purchase Decision of Nissan Cars Customers. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 861–870. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22913>
- Tanjung, G. (2021). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1), 187–196.
- Trid, S. (2018). Bab III Metode Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Umami, L. L. (2018). Implementasi Relationship Marketing Pada Pt. Arifin Sidayu Tour and Travel Cabang Gresik. *Universitas Muhammadiyah Gresik*, 35–44.
- Wahyuni, N. (2020). Jenis Penelitian. 33–47.
- Wahyuni, S., Herry Irawan, Endang, I., & Sofyan. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Zalora.Co.Id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(2), 17. <http://eprintslib.ummg.ac.id/id/eprint/1978>
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Widada, H. S. W. (2017). Pengaruh Product, Price, Place, Promotion, Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian. *Upajiwa Dewantara*, 1(1), 25–34. <https://doi.org/10.26460/mmud.v1i1.939>
- Wijaya, R. (2017). Desain Gaji Pokok Pt Trans Mitra Samudra Semarang ga pke. Metode Penelitian, 37–54. <http://repository.unika.ac.id/14816/4/13.30.0006>  
Ricky Wijaya BAB III.pdf
- Yuliani M.Pd., D. S., & Hartano MM, D. D. (2019). Statistik Riset Pendidikan; Dilengkapi Analisis SPSS. Cahaya Firdaus Publishing and Printing, 5. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/1762>
- Yuniarti, Y. (2016). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Media Sosial dalam Berwirausaha dengan Menggunakan Decomposition Theory Of Planned Behaviour (DTPB). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Zahra, A., & Hendrawan, A. (2017). Pemanfaatan Konsep Dekonstruksi Fashion pada Lembaran Denim sebagai Aplikasi Produk Fashion. *ARTAT Visual Art and Desain Jurnal*, 5(3), 266–275.
- Zulyanti, N. R. (2020). Jurnal Mantik Modules Jurnal Mantik. *Jurnal Mantik*, 3(4), 444–450.