

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, B., Silaban, P., & Edward, Y. R. (2023). *The effect of social media and word of mouth on buying interest and brand image in creative economic business. International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 225–234. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.11.001>
- Amelia Ibnu Wasiat, F., & Bertuah, E. (2022). Pengaruh *Digital Marketing, Social Media Influencer* Terhadap Niat Beli Produk *Fashion* Pada Generasi Milenial Melalui *Customer Online Review* di Instagram. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 513–532. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.295>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh *Viral Marketing Shopee Affiliate*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo).
- Anwar, R., & Wardani, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di *E-Commerce* Shopee. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5). <https://doi.org/10.31604/jips.v8i5.2021.1370-1379>
- Ardhiansyah, A. N., & Marlana, N. (2021). Pengaruh *social media marketing* dan *e-wom* terhadap minat beli produk geoffmax. In *AKUNTABEL* (Vol. 18, Issue 3). <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 2022.
- Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko *Online* Lazada di Bandar Lampung. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Issue 1). <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (M. E. Prof. Dr. Hamzah Upu, Ed.). GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Dhaefina, Z., Nur, M. A., Sanjaya, V. F., & Artikel, I. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorsement, Brand Image*, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>

- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: *Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Firmansyah, M. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)* (Qiara Media, Ed.). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustina Benowati, S., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam (Vol. 01, Issue 02). <http://trianglesains.makarioz.org>
- Hamidah, diana, & Giyartiningrum, eko. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Dan Promosi Produk Safi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Wanita Usia 20-30 Tahun di Yogyakarta). *Journal Competency of Business*, 7(1), 2777–1156.
- Heru, O., Rokhmawati, N., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Husain, N., Rita Karundeng, D., & Afan Suyanto, M. (2022). Analisis Lokasi, Potongan Harga, *Display* Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan. 10, 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.332>
- Ika, N., Rosyidah, I., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pembangunan, U., Veteran, N., Timur, J., & Author, C. (2023). *The Influence Of Brand Image And Electronic Word Of Mouth On The Purchase Intention Of Millennial Generation Toyota Rush Cars In Surabaya*. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>
- Italia, & Islamudin. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli *Handphone* Merek Nokia.
- Jatmiko, P. W., & Widowati, R. (2023). *The Influence Of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) And Brand Trust On Brand Image And Shopee*

Consumers Buying Interest. Jurnal Manajerial, 10(3).
<https://doi.org/10.30587/manajerial.v10i03.6263>

Kasmad. (2022). *The Role of Digital Marketing and Product Quality on Consumer Buying Interest in Online Stores. International Journal Of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.2.408>

Kurniwan, G. (2020). *PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK BERAS ORGANIK MELALUI ECOMMERCE*. Mitra Abisatya.

Mahendra, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, *Online Marketing*, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.Co. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(3).

Mayithoh, I., & Novitaningtias, I. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen pada *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1).

Meilana, S., Putri, R., Satoto, B., & Reskiputri, T. D. (2022). Analisis Pengaruh *Brand Ambassador*, Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pada *Followers @Tokopedia* (Vol. 1, Issue 6).

Nawaz, S., & Kaldeen, M. (2020). *Impact of Digital Marketing on Purchase Intention. International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(4).

Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di *Optic Sun's. JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 5(1).

Prasetyo, F., Budiyanto, M., & Reformasi, E. (2022). Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Loyalty* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk *Online* di *Marketplace* Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3).

Sahabuddin, romansyah, Arif, hery, Manai, sulfadillah, Dila, suryani, & Sabirin, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Wizzmie Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230–237.

Sari, R., Rahma, T., & Syarvina, W. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, *Brand Image* dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Alat Eletronik Rumah Tangga di Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal dalam Konsep Ekonomi Islam. *JOVISHE : Journal of Visionary Sharia Economy*, 1(2).

Sereno, G., Kando, M., Paul Irawan, J., & Adriana, E. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Pada Minat Beli *Playstation 4*. 1(2), 262–269.
<https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.259>

- Shafitri, M., & Aryani, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Vivo (Vol. 2).
- Shije, P. R., & Fitriyah, Z. (2023). *The Influence Of Electronic Word Of Mouth And Perceived Value On Purchase Intention On Uniqlo Products In Surabaya*. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sinaga, B. A., & Sulistiono. (2020). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk *Fashion* Eiger.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. 13(2).
- Sudaryo, Y., & Sofiati, N. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (Giovanny Rizky, Ed.). ANDI (Anggota IKAPI).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. AFABETA.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sumaa, S., Soegoto, A., & Samadi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). In *304 Jurnal EMBA* (Vol. 9).
- Suparni, & Daryanto, T. (2021). Pengaruh *Green Marketing*, *Brand Awareness* Dan *Price* Terhadap *Purchase Intention* Tupperware. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2).
- Tammah, A., Puji Suci, R., & Zulkifli. (2021). Peran Mediasi Kualitas Produk Dan Citra Merek Atas Pengaruh *E-Wom* Terhadap Minat Beli. *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)*. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>
- Utama, A. P., & Ambarwati, A. N. (2022). *The Effect Of Brand Awareness, Brand Image And Trust On Consumer Buying Interest*. www.astraisuzu.co.id
- Utami, I. (2017). *Perilaku Konsumen* (Tim, Ed.). CV PUSTAKA BENGAWAN.

Wiguna, I. G., Agustina, M., & Trarintya, M. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Vol. 2, Issue 2).

Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A. P., Muryatini, N. N., & Yasa, I. G. D. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, Persepsi Resiko, Kepercayaan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian *E-Commerce* Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1).

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/08/120000169/pengertian-dan-perkembangan-teknologi>. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023

<https://www.olshopwiki.com/shopee/apakah-shopee-termasuk-b2c>. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023

<https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/>. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/11/survei-shopee-jadi-marketplace-paling-digunakan-pelaku-umkm-untuk-jualan-produk>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023

<https://www.liputan6.com/hot/read/4662879/6-potret-barang-rumah-tangga-zaman-dulu-vs-masa-kini-makin-berkembang>. Diakses pada tanggal 16 Februari 2024