

DAFTAR PUSTAKA

- Aditria, D., Digidowiseiso, K., & Nurwulandari, A. 2023. Pengaruh Brand Image, E-wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal*, 8(1 Special Issues), 30-45
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. 2023. Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682-693.
- Agustin, N., & Amron, A. 2022. Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49-61.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. 2023. Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433-443.
- Alviansyach, M. Y., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. 2024. Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Akomodasi Tiket. com di Jabodetabek. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(1), 617-630.
- Amelia, A., Manurung, K. A., & Purnomo, D. B. 2022. Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(2), 128-138.
- Anggianita, S., Yusnira, Y., & Rizal, M. S. 2020. Persepsi guru terhadap pembelajaran daring di sekolah dasar negeri 013 Kumantan. *Journal of Education Research*, 1(2), 177-182
- Anwar, R. N. (2022). Persepsi Guru PAUD Terhadap Pembelajaran Paradigma Baru Melalui Kurikulum Merdeka. *Azzahra: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(2), 98-109.
- Arif, M. 2021. Pengaruh social media marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan lifestyle terhadap keputusan pembelian online. In *Seminar*

- Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 111-122).
- Arifudin, M., Sholeha, F. Z., & Umami, L. F. 2021. Planning (Perencanaan) Dalam Manajemen Pendidikan Islam. *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(02), 162-183.
- Assalam, N. H., & Wibisono, A. 2020. Dampak Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Caffeino Melalui Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening. *Journal Missy (Management And Business Strategy)*, 1(1), 36-44.
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. 2021. Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 17(1), 136-143.
- Bambang Sudaryana, D. E. A., Ak, M., Agusiady, H. R., & SE, M. 2022. *Metodologi penelitian kuantitatif*. Deepublish. Yogyakarta.
- Barus, N. B., Pangaribuan, M., & Purnami, S. 2021. Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Pada Mahasiswa Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*,2(1), 616-626.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. 2020. Pengaruh sikap konsumen Dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada mini market mawar balimbingan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 53-60.
- Fandi, F., & Juwita, R. 2022. Pengaruh Motivasi, Persepsi, Kepercayaan Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 142-150.
- Fauziah, Y., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. 2023. Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48-64.
- Febiyanti, L., & Aqmala, D. 2022. Pengaruh e-WOM, brand image, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna Grab melalui minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(1), 28-39

- Giyoto, G., & Santoso, R. B. 2021. Manajemen Pengembangan Karakter Muslim Moderat Pada Siswa Madrasah Aliyah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 475-483.
- Hartono, A. H., & Kodrat, D. 2023. Analisis Pengaruh Promosi Dan E-Wom, Terhadap Minat Beli Pelanggan Monarch Dengan Dimediasi Brand Image. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(5), 504-518.
- Iskandar, J. 2019. Implementasi sistem manajemen keuangan pendidikan. *Idarah*, 3(1), 114-123.
- Jaya, A. R., Maruta, I. A., & Pratiwi, N. M. I. 2020. Pengaruh Brand Equity, Brand Image Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Juhji, J., Wahyudin, W., Muslihah, E., & Suryapermana, N. 2020. Pengertian, Ruang lingkup manajemen, Dan Kepemimpinan pendidikan Islam. *Jurnal literasi Pendidikan Nusantara*, 1(2), 111-124.
- Kusuma, E. I., Surya, D., & Suhendra, I. 2017. Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Pengetahuan Lingkungan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Member Tupperware Di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1).
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. 2022. Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 263-273.
- Lotulung, P. V., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. 2023. Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor Pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 561-572.
- Ma'sum, T. 2020. Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133-153.
- Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada

- Pelanggan Alfamart diJalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung. *EMAS*, 1(1).
- Muninggar, D. A., & Rahmadini, A. 2022. Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Kota Bandar Lampung). *Business and Enterpreneurship Journal (BEJ)*, 3(1).
- Nursal, M. F., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. 2023. Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(3), 111-118.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. 2022. Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452-462.
- Oktarienza, T., & Sanjaya, V. F. 2022. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim Di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (JEMA) Universitas Ngudi Waluyo*, 3(1), 27-38.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. 2022. Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660-669.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. 2022. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582-591.
- Prakarsa, S. 2021. Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 1-4.
- Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. 2020. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136-140.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. 2021. *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books. Tangerang.
- Priangani, A. 2023. Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal kebangsaan*, 2(4), 1-9.

- Putri, D. C., & Adriyanto, A. T. 2024. Pengaruh e-service quality dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli (Studi pada pengguna Shopee di Kota Semarang). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(3), 252-265.
- Putri, S. Y., & Meria, L. 2023. Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Technomedia Journal*, 8(1), 92-107.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. 2022. Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 744-752
- Ratmono, R., & Septiana, N. 2021. Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking Bri Konvensional: Studi Pada Mahasiswa FEB UM METRO. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 15(2), 294-305.
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. 2022. Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth, And Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435-448.
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. A. 2021. Pengaruh kualitas produk, impulse buying dan electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone merek OPPO di kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(1), 233-247.
- Saputra, D. W., & Hadi, M. S. 2022. Persepsi guru sekolah dasar jakarta utara dan kepulauan seribu tentang kurikulum merdeka. *Holistika: Jurnal Ilmiah PGSD*, 6(1), 28-33.
- Saragih, O., Sebayang, F. A. A., Sinaga, A. B., & Ridlo, M. R. 2020. Persepsi mahasiswa terhadap pembelajaran daring selama pandemi COVID-19. *Tarbiyah Wa Ta'lim: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 178-191.
- Sari, L. F. N. 2021. *Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Klub Jojo Bugar Di Kota Duri*. Skripsi tidak diterbitkan. Universitas Islam Riau.
- Sisman, A., & Muskita, S. M. W. 2021. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian

- (Studi Kasus Pada Online ShopThyy Thy) Di Kota Sorong. *Jurnal Badati*, 3(1), 42-53.
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. 2020. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 65-83.
- Suarsa, S. H. 2020. Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Pada Online Travel Agent (OTA) Traveloka Terhadap Keputusan Menginap Di Topas Galeria Hotel, Bandung. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 50-56.
- Supriyatna, Y. 2020. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 6(1), 36-50.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. 2020. Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Tumangger, Y., Daulay, A., & Surbakti, S. B. 2022. Pengaruh citra merek, kalitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Nibras House Mini Johor di kota Medan. *BONANZA: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Bisnis dan Keuangan*, 2(1), 61-66
- Widodo, D. E., Ratmono, R., & Mustakim, R. 2023. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Transaksi, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Shopee Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 3(4), 882-890
- Wijaya, A. 2023. Manajemen Pemasaran Sekolah Era 4.0. TULIP (Tulisan Ilmiah Pendidikan): *Jurnal Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 12(1), 51- 56.
- Wjaya, G. P., & Yulita, H. 2022. Pengaruh Konten Marketing, E-Wom, Dan Citra Merek Di Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Kosmetik Mother Of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 133-142
- Yanti, R. E., Aslan, A., & Multahada, A. 2022. Persepsi Siswa Pada Pendidikan Nilai Di Sekolah Dasar Tarbiyatul Islam Sambas. *Adiba: Journal Of Education*, 2(3), 429-440.
- Yohansyah, F., & Rodhiah, R. 2022. Pengaruh e-WOM dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood dengan Mediasi Kepercayaan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 89-98.

- Yulia, L., & Setianingsih, W. 2020. Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Umkm produksi Mebel Di Babakan Muncang taman sari Kota Tasikmalaya). *Jurnal maneksi*, 9(1), 346-354.
- Yuliani, W., & Supriatna, E. 2023. *Metode Penelitian Bagi Pemula*. Penerbit Widina. Bandung.
- Yuliyzar, I., & Enjelita, S. D. 2020. Peningkatan Minat Beli Konsumen Melalui Daya Tarik Iklan Dan Label Halal Produk Lipcream Emina Pada Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Dynamic Management Journal*, 4(1).
- Zohriah, A., Faujjah, H., Adnan, A., & Badri, M. S. M. N. 2023. Ruang Lingkup Manajemen Pendidikan Islam. *Jurnal Dirosah Islamiyah*, 5(3), 704-713.