

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, Rahayu, Agus S. Soegoto, and Djurwati Soepeno. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pproduk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt. Wahana Wirawan Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6.4 (2018).
- Afriani, A. L., & Kinanti, D. I. (2021). The Influence of E-WOM and Celebrity Endorser on Instagram on Ortuseight Shoes Purchase Decisions. *JCommsci-Journal Of Media and Communication Science*, 4(3), 149-155.
- Akbar, M. J. C., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol, 60(3)*.
- Almira, A., & Sutanto, J. E. (2018). Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maison nob. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2), 250-259.
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 16(1), 39-49.
- Bahi, H. A., Pratikto, H., & Dhewi, T. S. (2020). The impact of e-wom and advertising on purchase decision si. se. sa syar'i clothes with brand

- awareness as an intervening variables (a study on si. se. sa fashion consumers). *International Journal of Business, Economics and Law*, 23(1), 255-261.
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan: Studi Pengguna Mobil Toyota Calya di Kota Bogor dan Bekasi. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(2), 120-129.
- Djodjubo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Ghassani, S., & Setyorini, R. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Proses Keputusan Pembelian Happy Go Lucky Bandung. *Journal of Banking and Management Review*, 6(1).
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M., & Sembiring, H. (2018, January). The effect of product innovation, product quality and city image on purchase decision of Uis Karo Woven Fabric. In *1st Economics and Business International Conference 2017 (EBIC 2017)* (pp. 593-598). Atlantis Press.

- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5-23.
- Keller, P. K. (2012). *Manajemen Pemasaran Ed. ketiga belas*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global edition.*
- Kurniawan Nusantara, A. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil Gerabah)* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Nursavira, N., & Nurainun, N. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Zhalsa. Id Melalui Shopee. *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(1).
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Rachmawati, A., Kana, A. A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk

- Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1*(2).
- Roykhanah, S. (2018). Pengaruh tagline shopee terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 12*(1).
- Sabatini, N. S., Soesanto, H., & SUKRESNA, I. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Kepercayaan E-Banking Terhadap Reputasi Sistem Dalam Meningkatkan Minat Bertransaksi On Line Ulang (Studi Pada Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kcu Semarang)* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Saputra, N. A. (2022). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK LOKAL DI WILAYAH DKI JAKARTA* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya, 3*(01), 96-106.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer behavior, global edition*. Pearson Higher Education, London, 12(2), 113-120.
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). Pengaruh e-wom (Electronic-word-of-mouth) terhadap keputusan pembelian di agoda. com. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 6*(1).

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.)). Alfabeta.
- Sumarsih, S. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Briket (CV. Arang Surabaya Campalagian Polman). *Movere Journal*, 1(2), 218-231.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh electronic word of mouth terhadap citra destinasi serta dampaknya pada minat dan keputusan berkunjung (survei pada followers aktif akun instagram indtravel yang telah mengunjungi destinasi wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(2).
- Theophilus, S. K., & Keni, K. (2020) BRAND, B. PENGARUH PACKAGING, SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA BRAND LOKAL. *Jurnal Manajemen*, 15(2).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa—Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (p. 2014). *Andi Offset*.
- Vika, A. D. (2021) Produk Fesyen Paling Banyak Dicari Konsumen saat Belanja Online. Katadata Media Network, diakses pada 9 Januari 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-fesyen-paling-banyak-dicari-konsumen-saat-belanja-online>.
- Wibowo, A. F., Wulandari, J., & Nugeraha, P. (2021). Pengalaman Pelanggan, Reference Group, Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Etnik Fashion. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 4(1), 38-50.

- Wijaya, T. (2014). *Pengaruh electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian kamera Dslr* (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen FEB-UKSW).
- Yuniarti, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 18(1), 139690.
- Yunita, O. V. N., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk H&M di Kota Surabaya dengan Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Moderator. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 563-572.