

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. R., & Suwitho, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(11).
- Alfian, M. H. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup Harga Promosi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Samsung Di Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The impact of electronic word of mouth on consumers' purchasing decisions. *International Journal of Computer Applications*, 82(9), 23–31.
- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh social media marketing dan e-wom terhadap minat beli produk geoffmax. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(3), 379– 391.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Arianty, N., & Walad, M. M. (2024). The Impact of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Brand Trust with Buying Interest as Variable Intervening in Products Smartphone I- Phone. *Proceeding Medan International Conference on Economic and Business*, 2, 1409–1421.
- Azis, F., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2024). Peran Citra Merek dalam Memediasi E-Wom terhadap Minat Beli Produk Handphone di Sosial Media Facebook. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(4), 1578–1590.
- Bakhri, M. K. (2018). *PENGARUH KUALITAS PENGALAMAN TERHADAP NILAI YANG DIPERSEPSIKAN, PENGETAHUAN PRODUK, KEPUASAN, DAN MINAT PERILAKU: MAHASISWA PASCASARJANA (STUDI KASUS: WISATA MUSEUM YOGYAKARTA)* (Master's thesis, Universitas Islam Indonesia).
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis

- and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470.
- Diana, A., & Tjiptono, F. (2016). Pemasaran: Esensi dan Aplikasi. *Andi Offset. Yogyakarta*.
- Duarte, P., e Silva, S. C., & Ferreira, M. B. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 161–169.
- Fidanty, N. B. (2019). Wahyono (2016) 'Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online.' *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Ghodang, H. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*. Penerbit Mitra Grup.
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM 25*. BP Universitas Diponegoro.
- Global Digital News. (2023). *DIGITAL INDONESIA 2023*.
- Hadi, S. (2019). Metodologi Penelitian, Yogyakarta. *F. Akultas. Psikologi Universitas Gajah Mada*.
- Haris, M. P. I. A., Zukhri, A., & Manuaba, I. A. K. A. (2014). Pengaruh Prior Experience, Product Knowledge dan Satisfaction terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Brand Switching dalam Pembelian Handphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha) Tahun 2014. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1), 5321.
- Hermansyah, T., Kamanda, S. V., & Novel, A. H. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Apotik Kimia Farma Aviari Batam. *JURNAL AL-AMAL*, 1(1), 14–18.

- Ira, I. W., Haedar, H., & Sulfitrah, S. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Income: Digital Business Journal*, 2(2), 92–106.
- Iskandar, D. A. (2018). *PENGARUH GAYA HIDUP DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM KBC*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2. *Jakarta. Penerbit Erlangga*.
- Lasari, O., & Sumarman, S. (2018). Analisis Manajemen Konstruksi Pada Proyek Pembangunan Rsud Brebes. *Jurnal Konstruksi Dan Infrastruktur*, 7(2).
- Lazuardi, M. I., & Kaihatu, T. S. (2022). *Pengaruh Variasi Produk, Product Knowledge Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Butuhbaju*.
- Lee, E.-J., & Shin, S. Y. (2014). When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. *Computers in Human Behavior*, 31, 356–366.
- Lely Maulida, & Yudhi Pratomo. (2023). *IDC: Smartphone Bekas dan Refurbished Makin Diminati* .
- Lo, V. L., & Iswati, I. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ipad Di Kota Surabaya. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 10(2), 713–724.
- 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.
- Mubarak, S. A. (2018). *Pengaruh Fashion Lifestyle Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Pakaian Second Hand@ Tangankedua) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya)*.
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). Research note: What makes a helpful online review? A study of customer reviews on Amazon.com. *MIS Quarterly*, 185–200.
- Nabilaturrahmah, A., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan e-WOM terhadap Minat Beli

- Produk Somethinc pada Followers Instagram@somethincofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(7), 41–49.
- Nitisusastro, M. (2013). *Asuransi dan usaha perasuransian di Indonesia*. Alfabeta Bandung.
- Nurdin, S., & Sulastri, A. (2018). Lifestyle, Perceived Value Dan Customer Value Pada Minat Beli. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 10(2), 147–162.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku konsumen & strategi pemasaran. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Plummer, J. T. (1971). Life style patterns: A new constraint for mass communications research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 16(1), 79–89.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh kualitas produk, gaya hidup, dan pengetahuan produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda lipat di kota semarang. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374.
- 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.
- Qalby, N. N., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike: Survei Pada Mahasiswa Universitas Perjuangan Tasikmalaya. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 84–98.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318–330.
- Safitri, I., & Indra, N. (2024). Pengaruh Harga dan E-WOM(Electronic Word Of Mouth) Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Minat Beli Produk Skincare Skintific. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 193–206.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.

- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka. Com Di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 474.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Kumar, S. R. (1951). *Consumer Marketing*.
- Seo, J. W., Jung, J. A., Park, H. S., Ko, J. S., Kim, Y. J., Kim, J. Y., Ryoo, E., Bae, S. H., Sim, J. G., & Yang, H. R. (2008). Assessment of modifiable lifestyle factors for obese children and adolescents through questionnaires. *Clinical and Experimental Pediatrics*, 51(6), 576–583.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Shifa, A. A., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Ramen Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening. *STREAMING*, 1(2), 90–100.
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (2021). Pengaruh consumer review terhadap keputusan pembeli terhadap toko online Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 954–962.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi: Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional* (Sunarto, Ed.; Cetakan Ke). Alfabeta.
- Suhendar, A., Wibowo, H. A., & Riyadi, A. (2017). Aplikasi Virtual Tour Sebagai Kios informasi Berbasis First Person Control pada kawasan Wisata Banten Lama. *Jurnal Litbangda*, 9(1).
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (A. Cristian, Ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2015). Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelangngan Bisnis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 15(1), 17–26.
- Wibisono, D. (2013). *Riset Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8* (Edisi Kedu). UPP STIM YKPN.

Yudhistira. (2024, September 7). *5 Merk Hp Terbaik & Terlaris di 2024 (Versi IDC & Canalys)*.

