

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., *et al.* (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Provinsi Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Alamsyah, I., Wahyuni, S., & Mukhamad, Z. (2021). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Tropicana Slim pada Hypermart Ponorogo City Center di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 15(1), 115–122.
- Andini, N. S., *Compas Market Insight Dashboard: Evolene Raih Pangsa Pasar Hingga 9.12% dalam Kategori Suplemen Fitness di Seluruh E-commerce*. <https://compas.co.id/article/market-insight-top-10-brand-suplemen-fitness/>.
- Award, T. B. (2022). *Brand Suplemen Fitness Evolene Raih Top Brand Award 2022*. <https://www.topbrand-award.com/article/detail/brand-suplemen-fitness-evolene-raih-top-brand-award-2022#:~:text=Evolene%2Csalah satu brand suplemen,berhasil meraih dua penghargaan sekaligus>.
- Awards, W. B. *Evolene*. <https://awards.brandingforum.org/brands/evolene/>.
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(1), 356–370.
- Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word Of Mouth (eWOM) dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 148–157.
- Candra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *Event Marketing, E-WOM, Citra Merek terhadap Niat Beli: Konsep dan Aplikasi*. Kabupaten Bandung, Bali: Intelektual Manifes Media.
- Damayanti, S., & Noordia, A. (2021). Analisis Minat Masyarakat dalam Melakukan Olahraga di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 09(03), 1–10.
- Emeralda, Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis E-Trust, E-Wom dan E-Service Quality dalam Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63–75.
- Evolene. *Evogym The New Evolene Programme*. <https://evolene.co.id/evogym/>.
- Evolene. *Lebih Berisi, Lebih Berotot, Ini dia! Solusi Menambah Berat Badan dan Membentuk Otot dengan Praktis*. <https://evolene.co.id/evomass/>.

- Firdaus, I. R. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Monitor (Survei kepada Anggota Forum Discord GTID). *Commercium*, 8(2), 49–59.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Staregy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gaol, R. I. L., *et. al.* (2024). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan). *Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 1484–1492.
- Indonesia, W. B. *Evolene*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Evolene>.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iwan, & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe pada PT Prima Bintang Distribusindo. *Jurnal Magisma*, 8(2), 17–24.
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 43–51.
- Khalik, I. (2020). *Penetapan Atribut Produk dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran*. Cirebon: Insania.
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Kinanthi, G. E., & Sisilia, K. (2024). Pengaruh Customer Expectations dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction pada User Aplikasi Dinotis. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 853–870.
- Kompas.com. (2023). *Raih Rekor MURI di HUT ke-4, Evolene Jadi Market Leader Industri Suplemen Fitness dan Olahraga di Indonesia*. <https://www.kompas.com/parapuan/read/533656972/raih-rekor-muri-di-hut-ke-4-evolene-jadi-market-leader-industri-suplemen-fitness-dan-olahraga-di-indonesia>.
- Konten, P. (2024). *Pengaruh Ulasan Pelanggan dalam Situs Belanja Online*. <https://jnewsonline.com/situs-belanja-online/>.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.

- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020) Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang.” *Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 8–16.
- Lifestyle, T. (2025). *3 Tahun Berturut-Turut Raih Top Brand, Suplemen Fitness Lokal Tembus Penghargaan Internasional di London*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5892529/3-tahun-berturut-turut-raih-top-brand-suplemen-fitness-lokal-tembus-penghargaan-internasional-di-london?page=2>.
- Mahrinasari. (2018). *Komunikasi Getok Tular Elektronik (Electronic Word of Mouth Communication): Anteseden dan Konsekuensi*. Bandar Lampung: Bandar Lampung: Aura Anugrah Utama Raharja.
- Majid, A. (2024). *Tiga Atlet Binaraga Indonesia Cetak Sejarah Tembus Olympia 2024, Siap Bertanding di Las Vegas*. <https://www.tribunnews.com/sport/2024/10/08/tiga-atlet-binaraga-indonesia-cetak-sejarah-tembus-olympia-2024-siap-bertanding-di-las-vegas>.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babe Shop Padang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 255–268.
- Melinda, R., Yusuf, M., & Nurrahman. (2022). Hubungan Kualitas, Harga dan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tulang Muda Sapi Sinar. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 350–362.
- Muri, T. (2023). *Penjualan Suplemen Fitness Terbanyak Melalui Situs Web dalam Waktu 1 Jam*. https://muri.org/Website/Rekor_detail/penjualan_suplemen_fitness_terbanyak_melalui_situs_web_dalam_waktu_1_jam.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Ngatno. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Noor, R. Z. Z. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Budi Utama.
- Novyana, & Gewati, M. (2024). *Tinjau Pasar Tradisional dan Swalayan, Pj Sekda Makassar Temukan Kenaikan Harga Bahan Pokok Jelang Nataru*. <https://regional.kompas.com/read/2024/12/18/115733078/tinjau-pasar-tradisional-dan-swalayan-pj-sekda-makassar-temukan-kenaikan>.

- Nur'aini, A., *et. al.* (2022). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Seminar Nasional Hubisintek*, 2(1), 57–62.
- Nuryadi, *et. al.* (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Bantul: Sibuku Media.
- Piyoh, D. D., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2024). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Edunomika*, 8(1), 1–6.
- Pradana, M., Anggriani, I. & Rahman, A. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa pada LPK Brokah Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 571–580.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding Teori dan Prespektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Prayoga, I. K. W., & Yasa, N. N. K. (2023). *Electronic Word of Mouth, Brand Image, dan Purchase Intention: Konsep dan Studi Kasus pada Calon Konsumen Kedai Kopi Fore Coffee*. Cilacap: Media Pustaka Indo.
- Qur'an Kemenag.* (2025). <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=153&to=153>.
- Qur'an Kemenag.* (2025). <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/42?from=38&to=38>.
- Rahmadani, S., Rosmanely, S., & Nurliyah. (2022). *Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan*. CV. Sigi, Sulawesi Tengah: Feniks Muda Sejahtera.
- Richa, I. (2025). *Hari Ini Elpiji 3 Kg Naik, Pelaku Usaha Keripik Tempe di Kota Malang Putar Otak*. <https://jatimtimes.com/baca/329556/20250115/063900/hari-ini-elpiji-3-kg-naik-pelaku-usaha-keripik-tempe-di-kota-malang-putar-otak>.
- Rizky, M. (2025). *Viral Minyakita Tak Sesuai Label, Mendag Sudah Turun Tangan-Ungkap Ini*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250305190613-4-616029/viral-minyakita-tak-sesuai-label-mendag-sudah-turun-tangan-ungkap-ini>.
- Rosyida, S. H., & Priantilianingtisari, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, dan Letak Geografis terhadap Loyalitas Pelanggan pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 656–665.
- Sa'ada, C. P. N. (2022). *Gambaran Kepatuhan Penerapan Pola Makan dan Aktivitas Fisik pada Pria yang Melakukan Aktivitas Pembentukan Otot Selama Pandemi COVID-19 di My Gym Kota Palembang*. Universitas Sriwijaya.

- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 127–146.
- Saputra, R. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Saputra, R. S. (2025). *Berbelanja Online di Shopee: Mengapa Lebih Populer daripada Toko Konvensional?* <https://kumparan.com/rizky-septiana/berbelanja-online-di-shopee-mengapa-lebih-populer-daripada-toko-konvensional-24CM9Qjs0V6>.
- Sarjana, B., Meitriana, M. A., & Suwendra, I. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 356–364.
- Setyawan, D. A. (2014). *Modul Statistika: Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Surakarta.
- SFI, P. (2024). *Memahami Perbedaan antara Powerlifter dan Bodybuilder*. <https://www.sfidn.com/article/post/memahami-perbedaan-antara-powerlifter-dan-bodybuilder>.
- Sholikah, *et al.* (2021). Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan. In *Manajemen Pemasaran*. Cirebon: Insania.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. Deli Serdang: IOCS Publisher.
- Sitorus, S. A., *et al.* (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Subhannallah, M. R. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Miniso Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, T. P. W., & Saputri, M. E. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 129–138.
- Syafutra, W., Darsi, H., & Setiawan, H. (2024). Survei Minat Berolahraga Masyarakat Kota Lubuk Linggau di Taman Olahraga Silampari (TOS) Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Tunas Pendidikan*, 7(1), 85–94.

- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Thalib, M. D. (2019). *Membangun Motivasi Belajar dengan Pendekatan Kecerdasan Emosional dan Spiritual*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Tia, & Ambardi. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare the Originote. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 4(2), 85–92.
- Tingga, C. P., *et al.* (2022). *Seni Pemasaran Kontemporer*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wicaksono, A., Widiasih, E., & Tursinawati, Y. (2023). Korelasi Asupan Protein dan Latihan Otot terhadap Kadar Kreatinin pada Personal Trainer. *Ilmu Gizi Indonesia*, 6(2), 135–142.
- Widodo, S., *et al.* (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct.
- Widyanto, I., & Albetris. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah pada PT. Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138–145.
- Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403.
- Yolency. (2025). *TPID Tuban Sidak Harga Bahan Pokok di Pasar dan Sejumlah Swalayan, Ini Hasilnya*. <https://tubankab.go.id/entry/tpid-tuban-sidak-harga-bahan-pokok-di-pasar-dan-sejumlah-swalayan-ini-hasilnya>.
- Zagoto, Y., & Taryo, T. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 21–29.
- Zusrony, E. (n.d.). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.