

## DAFTAR PUSTAKA

- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). *TOKOPEDIA DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON TOKOPEDIA E-COMMERCE IN MANADO CITY* Oleh : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Jurnal EMBA Vol . 9 No . 2 April 2021 , Hal . 9(2), 663–674.
- Asakdiyah, S. (2020). *MEMBANGUN INOVASI BISNIS MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( E-WOM ) DI ERA NEW NORMAL* Oleh : Dr . Salamatus Asakdiyah , M . Si Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
- Asfarotuz, Z., & Renny, D. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI JANJI JIWA DI ROYAL PLAZA SURABAYA*. 8(2), 6.
- Basri, A. I., Sumarni, M., Astuti, E. L. N., & Herdiany, H. D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merk , dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kosmetik Purbasari Di Kota Yogyakarta*. 10(1), 1–9.
- Damayanti, F., Chandra hendriyani, & Ashari, C. (2023). *Analisis Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT Valbury Asia Futures Melalui Electronic Word Of Mouth*. 10(2), 1–13.
- Darmawan, I. K. A., & Dewi, L. K. C. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME DI KOTA DENPASAR (Studi Empiris pada Konsumen Pembelian Produk*

*Oriflame Di Kota Denpasar*). 02(1), 140–152.

Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). *IQTISHADequity PENGARUH KUALITAS PRODUK , DIGITAL MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPCREAM PIXY DI KABUPATEN SIDOARJO*. 4(1), 1–10.

Kristyani, F. L. S. P., & Jatmiko. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime*. 9(April), 187–198.

Kusuma, A. C., Listyorini, S., & Hadi, S. P. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA , BRAND IMAGE , DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( E-WOM ) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Pada Konsumen Emina Cosmetics di Kota Semarang )*. 11(1), 118–126.

Lombok, E. V. V., & Samadi, R. L. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI)*. 10(3), 953–964.

Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI*.

Mirawati, Y., & Rustam, T. A. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Media Sosial, Periklanan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam*. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 135–145.  
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3549>

- Mokhtar, S. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akmen*, 17(1), 35–43.
- Munir, M., & Toha, M. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 23–41.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>
- Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. (2020). 60-Article Text-426-2-10-20200725. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 137–138.
- Purba, P. H., & Rustam, T. A. (2023). 11661-34436-1-Pb. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(5), 2453–2459.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN NATURE REPUBLIC DI SURABAYA*. 8, 1026–1037.
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Owner*, 3(2), 320. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.159>
- Rustam, T. A., & Hikmah, H. (2022). Citra merek, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk private label (studi kasus pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 331–340. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.16110>
- Sanusi, A. (2014). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*.
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). The Influence of

Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196.  
<https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>

Sopiyani, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>

Sugiyono, P. D. (2022). *METODE PENELITIAN BISNIS*.

Sujarweni, V. W. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI PENDEKATAN KUANTITATIF*.

Winatadewi, W., & Aulia, P. (2020). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE BUKALAPAK DI BANDUNG*. 7(2), 3728–3737.

Wiranata, I. K., Agung, & Prayoga. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, QUALITY PRODUCT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI DI HOLLAND BAKERY BATUBULAN*. 2.