

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Yulia, R. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffe Shop. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 12 pages.
- Afrianti, F., & Oktawahyudi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pipa Merek Triliun pada Toko Fria Bangunan Hiang Kabupaten Kerinci. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 152–166. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.528>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March)*.
- Akbar, R. F., & Arianti, M. (2021). Dampak Brand Image, Celebrity Endorsement dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian MS Glow For Men di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(3), 304–324. <https://doi.org/10.12695/jmt.2021.20.3.7>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Amarazka, V., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 507–513. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28791>
- Aryaditya, B. A., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–22.
- Asnawati, Nadir, M., Wardhani, W., & Setini, M. (2022). The effects of perceived ease of use, electronic word of mouth and content marketing on purchase decision. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.001>
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Cahyaningtyas, H. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian eiger cabang bekasi timur. *April*, 0–10.
- Darwin, M. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif (Issue Juni)*.
- Effendi, Z. R., Endri, S., & Nursina. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone. *Jurnal Ekonomika*, 5(March), 25–27.
- Fitri, G. N., & Yunita, C. (2023). *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*. 1(2), 76–82.
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815.

- <https://doi.org/10.29040/jjei.v8i1.4508>
- Ilmia, N. (2022). Faktor Penting Yang Mempengaruhi Kualitas Produk. Vocasia.
- Indah Purwaningsih, & Mochammad Munir Rachman. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 369–375. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3010>
- 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). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 118–126. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33528>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3).
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>
- M. C. Sualang, G. (2023). A . I . J . Woruntu., O . S . Nelwan ., V . P . K . Lengkong produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Mandala Finance Tbk , cabang ratahan 11(2), 335–344.
- Mandagie, Yunita, V. M., Sam, U., & Manado, R. (2019). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2008–2017.
- Noviana. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan. *Prosiding Seminar Nasional Humanis*, 4(1), 1–5.
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., (2021). Pengaruh Wom (Word of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum JAMBURA: *Jurnal Ilmiah* 4(1), 61–72. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/10463%0Ahttps://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/10463/2900>
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545–558. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i4.111>
- Putri, T. F., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Media Sosial Instagram, Dan Keragaman Produk Pada Electronic Word of Mouth Melalui Keputusan Pembelian. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(2), 62–76. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v3i2.117>
- Rahmah, R. M. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(2), 2352–2359. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i2.5710>
- Recit Pernanda, H. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap

- Keputusan Pembelian PT Amway Cabang Batam. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*, 6(1), 31–42.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Rufaida, B. (2021). Pengaruh Ewom, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian VOD Netflix. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(11), 5911–5927.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi penelitian bisnis*. Salemba empat.
- Sembiring, M. J., Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2022). The Impacts of Product Quality, Promotion, Brand Association, Purchase Decisions on Japanese Motorcycles. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p03>
- Setianingsih, W. E. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, E-WOM dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 88–95. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7744>
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., & Racmawati, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 122–136. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Shafrizal, A., & Pudjoprastyono, H. (2019). Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4, 1121–1133. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.5045>
- Sinuraya, A. C. (2023). pengaruh kualitas produk , citra merek dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian 6(1), 107–133.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad (2015). (2020). Pengaruh Promosi, E-Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms. Glow Lumajang21. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Suryani, Suprihartini, L., & Akhirman. (2021). Elektronik Word Of Mouth, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal HPAI dengan Citra MEREK Sebagai Variabel Intervening (Pada Pelanggan Produk Herbal HPAI di Kota Tanjungpinang). *Student Online Journal Universitas Maritim Raja Ali Haji*, 2(1), 448–462.
- Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2020). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian The Role of Brand Image, Celebrity Endorser, Product Quality in Purchase Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150. <https://doi.org/10.30596/jimb.v23i1.8606>
- Widyanto, I., & Albetris, A. (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.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>