

DAFTAR PUSTAKA

- ac, A. M., Haryanti, N., & Putri, I. N. K. (2023). *The Influence Of Brand Ambassadors And Promotions On Purchase Decisions Through Brand Image As An Intervening Variable In Tokopedia E-Marketplace In East Java. International Journal Of Social Science And Business*, 7(3), 519–530. <https://doi.org/10.59889/Ijembis.V3i3.166>
- Akbar, I. R., Erlangga, H., Jasmani, J., Oktarini, R., & Yusuf, A. (2021). Akbar, I. R., Erlangga, H., Jasmani, J., Oktarini, R., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(1), 94. <https://doi.org/10.32493/J.Perkusi.V1i1.9986peng>. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(1), 94.
- Anwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Aprianti, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1275–1282. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V6i2.1645>
- Archie, A., & Eriyanti, L. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Watchout Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8, 340–348. www.openjournal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp
- Farida, E. R., & Purba, T. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Desain Iklan Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok*. 7(2). <https://doi.org/10.32877/Eb.V7i2.1499>
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.4227>
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jimek*, 2(2).
- Firmansyah, F., & Jarror, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Manajerial*, 8(03), 247. <https://doi.org/10.30587/Manajerial.V8i03.2547>
- Fitri, G. N., & Yunita, C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Bittersweet By Najla. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 283–294.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Mediasi *Brand Awareness*. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/Imj.V2i3.200>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Universitas Diponegoro.
- Ilmi, S. H., Harianto, E., Mas'ud, R., & Azizurrohman, M. (2023). *Does Digital Marketing Based On Brand Image And Brand Trust Affect Purchase Decisions*

- In The Fashion Industry 4.0? Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 553–566.
<https://doi.org/10.21776/Ub.Jam.2023.021.03.01>
- Indraningsih, R., & Fauzi, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek Dan Selebriti Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Di Kota Madiun. *https://medium.com/, September 2022*.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101.
<https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.41293>
- Lestari, R. D., Farida, U., & Purwaningrum, T. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna *Marketplace* Tokopedia Di Magetan). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(11), 4241–4252.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening Pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Mustafa, R., & Setiawan, P. Y. (2022). *Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. 11(5), 927–947.
<http://117.74.115.107/index.php/Jemasi/article/view/537>
- Naisaniya, F. R., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Rabbani. *Value*, 4(2), 133–150. <https://doi.org/10.36490/Value.V4i2.935>
- Ningrum, L. S., Lukitaningsih, A., Diansepti, B., & Maharani. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Di Kota Yogyakarta*. 5(5), 3463–3479.
- Ningsih, M. G., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Keberagaman Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Batam Center. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 192–204.
<https://doi.org/10.32493/Drb.V7i1.38093>
- Nyoko, A. E. L., & Samuel, A. D. D. (2021). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian. *Sme's*, 14(1), 63–76.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia*. 20(2), 361–375.
- Pratiwi, N. P. N. J., Harrtati, P. S., & Purwaningrat, P. A. (2024). Pengaruh *Price Fairness*, *Influencer Marketing*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Asi Booster By Mamabear Di Toko Clandys Buluh Indah Denpasar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata*, 4(1), 153–163.

- Priyanto, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan Spss*. Mediakom.
- 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>
- Rahmayani, S. A., & Purba, T. (2025). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemari Es Samsung Di Kota Batam. *Yume : Journal Of Management*, 8(1), 636–645.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Sembiring, N. B., & Purba, T. (2024). *Pengaruh Kualitas Jaringan, Direct Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Modem Orbit Di Telkomsel Batam*. 24(2), 55–67.
- Sholikha, M. U., & Soliha, E. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Electronic Word Of Mouth, Dan Product Placement Pada Konten Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Pada Pengguna Skintific Di Kota Semarang)*. 5(1), 1338–1348.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar Spss & Lisrel*. Alfabeta.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.36587/Exc.V9i1.1256>
- Supriadi, Y. N., Arieftiara, D., Desmintari, & Ahman, E. (2021). Membangun Citra Merek Perusahaan Dan Kualitas Produk Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Pada Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Digital. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 311–330.
- Suyanti, R., & Nainggolan, N. P. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Promosi Media Sosial, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Xes Shoes Indonesia. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4). <https://doi.org/10.33884/Scientiajournal.V5i4.7895>
- Virdha Anggun Saputri. (2023). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Persepsi Label Halal, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5, September*, 1–23.
- Waluyo, W., Kadi, D. C. A., & Apriyanti. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Ponorogo). *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I 14 Agustus 2019*, 442–453.
- Yulia, R., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Online Notbrand.Co Di Dki Jakarta*. 4(6), 8792–8800.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh E-Wom (*Electronic Word Of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee. *Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 3(1), 55–69.