

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap citra merek dan minat beli pada produk kosmetik wardah. Diponegoro journal of management*, 6, 1–14.
- Agatha, C., Tumbel, A., Soepeno, D., & Brand, P. (2019) *Pengaruh brand image dan electronic word of mouth terhadap minat beli konsumen oriflame di manado the effect of brand image and electronic word of mouth on interest to buy oriflame consumers in manado*. *Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Jurnal EMBA*, 7(1), 131–140.
- Ahmad, M., & Tumbel, T. M. (2020). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Al-Dmour, H., Aloqaily, A., Al-Qaimari, R., & Al-Hassan, M. (2021). *The effect of the electronic word of mouth on purchase intention via the brand image as a mediating factor: an empirical study*. In *Int. J. Networking and Virtual Organisations* (Vol. 24, Issue 2).
- Alfian, R., Kurnia, D., Masitoh, M. R., & Huddin, M. N. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Followers Instragram Mcdonald's Indonesia)*. *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 4.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Awawin, F. (2023, May). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Tren, Tantangan, dan Peluang*. *Warta Pesona*.
- Ayu, D, Yasa, P., Wahyuni, N., & Dewi, K. (2022). *Pengaruh elektronik word of mouth dan citra merek terhadap niat beli*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1). <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>.

- Benowati, G. S., & Purba, T. (2020). *Pengaruh citra merek dan electronic word of mouth terhadap minat beli kosmetik wardah di kota batam* (Vol. 01, Issue 02). <http://trianglesains.makarioz.org>
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Kencana.
- Candra & Suparna. (2019). *Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Terhadap Niat Beli*. *E-Jurnal Manajemen*, 8, 6638–6657.
- Elseidi, R. I., & El-Baz, D. (2016). *Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt*. In *The Business and Management Review* (Vol. 7).
- Elvina, N., & Sarah, S. (2021). *Pengaruh harga dan electronic word of mouth (ewom) terhadap minat beli emina kosmetik*. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1). <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). *Pengaruh citra merek terhadap minat beli : studi pada produk kecantikan*. In *Journal IMAGE |* (Vol. 8, Issue 1).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Geraldine & Susanti. (2021). *Pengaruh merek, kualitas produk, media sosial dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk brand wardah*. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1–12.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). *E-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.

- Hendro, C. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang*. Diponegoro journal of social and politic, 1–8.
- Hernikasari, I., & Ali, H. (2022). *Determinasi citra merek melalui kepuasan pelanggan bear brand: analisis harga dan kualitas produk (review manajemen pemasaran)*. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Heru, O., Rokhmawati, N., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2022). *Pengaruh harga, iklan dan citra merek terhadap minat beli honda scoopy di yogyakarta*. Hospitaly, 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Indriana, A., Ramdan, A. M., Deni, R., Danial, M., & Sukabumi, U. M. (2022). *Analisis Brand Image Dalam Memediasi Electronic Word Of Mouth Terhadap Online Purchase Intention*. In Management Studies and Entrepreneurship Journal (Vol. 3, Issue 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Iryantoro. (2021). *Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian Aki pada Toko Rn Accu di Punggur, Lampung Tengah*. In Jurnal Manajemen Diversifikasi (Vol. 1, Issue 2).
- Iswara & Jatra. (2017). *Peran brand image dalam memediasi pengaruh electronic word of mouth terhadap purchase intention (Studi Kasus Pada Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar)* E-Jurnal Manajemen Unud, 6(8), 3991–4018. www.cnnindonesia.com
- Janah, N. R., & Suswardji, E. (2021). *Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah*. Business and Accounting, 4. www.marketeers.com
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Erlangga.
- Kristanto, H., & Pudjoprastyono, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer pada Mahasiswa Fakultas*

Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Jurnal STEI Ekonomi, 30(02), 11–19.

- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku konsumen* (Ed.; Pertama). Mitra Abisatya.
- Lee, K. (2018). *Impact of Brand Image and Country Image on Brand Purchase Intention of South African Consumers: Focusing on Mobile Phone Brands of Korea, Japan and China*. International Information Institute, 21.
- Lestari, E., & Gunawan, C. (2021). *Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli*. EMBISS, 1(2), 75. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan*. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(3), 1645. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>
- Mahali, J. Al. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 11(2), 247–256. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1780>
- Majid & Sumadi. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen Pakaian E-*. Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen, 01(03), 24–38.
- Mariana, R. J., & Subarjo. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Iphone di Apple Store Yogyakarta*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7.
- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). *Kepercayaan, kemudahan penggunaan dan electronic word of mouth terhadap minat beli online*. Jurnal Manajemen Kewirausahaan, 16(2), 139. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.348>

- Monica, K., Siagian, E., Bopeng, L. S., & Bajari, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Elektronik Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Papua)*. *JFRES Journal Of Fiscal and Regional Economy Studies*, 4(1), 32–36. <http://jfred.unipa.ac.id/index.php/jfred>
- Muhammad, R. W., Rochaeli, E., & Setiawan, E. (2021). *Pengaruh Media Social Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa FEB Universitas Prof Dr Hamka*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 31–40. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.451>
- Murti, T. K. (2019). *Pengaruh brand image, promosi dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi pada program studi pendidikan ekonomi*. *Jurnal Edunomic*, 7(2).
- Nathani, D., & Budiono, H. (2021). *Pengaruh kepercayaan, popularitas, dan citra merek terhadap minat beli produk kamera sony*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3, 953–961.
- Naufal, A., & Sari, D. (2017). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Buldalk Bokkeummyeon (samyang) pada masyarakat di Kota Bandung*. www.news.idntimes.com
- Nefrida. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Berbelanja Online Pada Media Instagram (Studi kasus : Mahasiswa STIE Persada Bunda di Pekanbaru)* (Vol. 1, Issue 2). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social->
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Ngatno, Ed.; Pertama). E.F Press Media.
- Nurdin, S., & Wildiansyah, V. (2021). *Peran mediasi citra merek pada hubungan antara electronic word of mouth (e-wom) oleh beauty vlogger dan minat*

- beli produk kosmetik*. In *Jurnal Sain Manajemen* (Vol. 3, Issue 1). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Nurida, & Ernawati, S. (2019). *Pengaruh iklan, kepercayaan merek dan citra merek terhadap minat beli konsumen pengguna handphone oppo di kota bima*. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3(2).
- Prawira, Y. (2019). *Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap minat beli pelanggan*. *Jurnal manajemen bisnis dan askuri*
- Rafida, V., & Cahya, S. B. (2020). *Country of origin dan electronic word of mouth terhadap minat beli smartphone xiaomi*. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 5. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim>
- Riadi, M. (2023, February 10). *Electronic Word Of Mouth (eWOM)*. Pemasaran.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu*. *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/55>
- Semuel, & Lianto. (2014). *Analisis ewom, brand image, brand trust dan minat beli produk smartphone di surabaya*. *Jurnal manajemen pemasaran*, 8, 47–54.
- Setiawaty, N. A. (2017). *Pengaruh iklan, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen smartphone samsung galaxy series (studi kasus mahasiswa/i universitas gunadarma, depok)*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22.
- Shahrinaz, I., kasuma, J., Yacob, Y., Hummida Abang Abdul Rahman, D., & Faisal Mahdi, A. (2016). *Relationship and impact of e-WOM and brand image towards purchase intention of smartphone?*. *Journal of Scientific Research and Development*, 3(5), 117–124. www.jsrad.org

- Sinaga, B. A., & Sulistiono, D. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger*. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 8(2), 79–94.
- Sintia, S., Budianto, A., & Kader, M. A. (2021). *Pengaruh electronic word of mouth dan citra merek terhadap minat beli (studi pada kosmetik wardah di toko gunasalma kawali)*. Business Management And Entrepreneurship Journal, 3.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). ALFABETA.
- Suliyanto, A. (2011). *Ejonomika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*.
- Sunjaya, F., Erdiansyah, R., (2019). *Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Dunkin' Donuts Indonesia*. Prologia, 99–104.
- Susanto, W. K. (2018). *Pengaruh social network marketing (snm) dan electronic word of mouth (ewom) terhadap minat beli pelanggan*. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 02, 68–73.
- Tangka, G., Tawas, H., Dotulong, L., Christine Tangka, G., Tawas, H. N., & Dotulong, L. O.(2022). *Pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli dan keputusan pembelian sepatu merek ventela (ventela shoes)*. & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Jurnal EMBA, 10(1), 383–392.
- Tariq, M., Abbas, T., & Abrar, M. (2017). *EWOM and brand awareness impact on consumer purchase intention: Mediating role of brand image Asif Iqbal*. In Pakistan Administrative Review (Vol. 1, Issue 1).

Tutik, W., & Zuhriyah, A. (2020). *Perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pudak di toko sari kelapa*. Agriscience. <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>

Yunikartika, L., & Harti, H. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram @carubanmangan*. Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis), 6(1), 212–230. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.897>