

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity*. New York: John Willey & Sons, Inc.
- Adi, Rifki Nugroho. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey)*. Skripsi UNDIP
- Akbari, M., Foroudi, P., Fashami, R. Z., Mahavarpour, N., & Khodayari, M. (2022). Let us talk about something: The evolution of e-WOM from the past to the future.
- Ali, Hasan. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung : Alfabeta.
- Amelisa, L., Yonaldi, S. dan Hesti, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 7(3): 1–4.
- Amellenia. (2023). Pengaruh E-WOM, Pengetahuan Produk, Brand Image, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian I Phone Second bergaransi Exinternational (Studi Pada Mahasiswa/i FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)
https://eprints.iainsurakarta.ac.id/6031/1/Skripsi%20Dinda%20Dwi%20Amellenia_195211198.pdf
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, EWOM, Gaya Hidup, Country of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*. 2(1), 1-14.
- Amron, A. 2015. The Influence of Brand Image, Design, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention* 5(12): 5187-5191.
- Amron. 2018. The Influence Of Brand Image, Desain, Feature On Purchasing Decision Of Apple iOS Smartphone In Surakarta, Indonesia. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*. 5(12):5187-5191.
- Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran produk dan merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 181-190.

- Anastasya, A. (2023). Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia. *UKM Indonesia*, 1–7. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-danpertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Anderson, T. & Golden, L. (1984). *Lifestyle and Psychographics: A Critical Review and Recommendation*. *Advance in Consumer Research*. 11, 405-411.
- Angipora, 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 2. Jilid 2. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Anisa, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Milo Activ-Go UHT. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 408-416.
- Anita, 2013 “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek” digilib.esaunggul.ac.id
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. 1(5), 1–10
- Ardana, Y. A., & Rastini, N. M. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh E-WOM Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *EJurnal Manajemen*, 7(11), 5901-5929.
- Ardana, Y. A., & Rastini, N. M. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh E-WOM Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *EJurnal Manajemen*, 7(11), 5901-5929.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Armstrong, Kotler 2015, “*Marketing an Introducting Pretiece Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh E-Wom, Pengetahuan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 344–358. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.63>
- Aswita, Effi Lubis. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Medan: Unimed Press.
- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia.

- Bataineh, A. Q. 2015. The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention : The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*, 7/1 : 126-136
- Cheung, C.M., & Thadani, D.R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision support system*, 54 (1), 461-470.
- Dartia, K., & Suarmanayasa, I. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 141-150.
- Dedi Rosadi. 2018. Pengantar Analisis Runtun Waktu. Yogyakarta : Universitas Gadjah Mada.
- Dinawan. 2010. *Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting*, Free Press. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Draper, N. R., Smith, H. 1992. Analisis Regresi Terapan, Edisi kedua. Ir. Bambang Sumantri, penerjemah. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Terjemahan dari: Applied Regression Analysis, 2nd edition.
- Elvina dan Saras 2021. Pengaruh Harga dan Electronic word of mounth terhadap Minat Beli Emina . Vol. 20 No. 01 (2021): *Jurnal Indonesia Membangun*
- Emzir. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta. Pt Raja Grafindo Persada
- Fahrian, H. H., Putro, S. P., dan Muhammad, F. 2015. Potensi Ekowisata di Kawasan Mangrove, Desa Monorejo, Kabupaten Kendal. Magister Biologi, Fakultas Sains dan Matematika, Universitas Diponegoro Semarang. *Journal Of Biologi and Biology Education, Biosainitifikasi* 7 (2) (2015).
- Fandy Tjiptono, 2008 *.Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Fatima, J. K., Khan, M. I., Bahmannia, S., Chatrath, S. K., & ... (2024). Rapport with a chatbot? The underlying role of anthropomorphism in socio-cognitive perceptions of rapport and e-word of mouth. *In Journal of Retailing and Elsevier*.
- Fatmaningrum, Susanto dan Fadhilah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 4(1).
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hananto, D. (2021, October). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ* (Vol. 2021).
- Hatch, E., & Farhady, H. (1981). *Research Design Dan Statistic For Applied Linguistic*. Rahnama Publication
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran* (N. F. Atif (ed.); Revisi). Refika Aditama.
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A MetaAnalysis. *Information Systems Frontiers*, 22,1203–1226. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- Jalilvand, M.R., S.S. Esfahani and N. Samiei, 2011. Electronic word-of-mouth : Challages and opportunities. *Procedia Comput. Sci.*, Vol 3 pp.42-46.
- Johnson, B., & Christensen, L. B. (2020). Standarized measurement and assessment. In *Educational research: quantitative, qualitative, and mixed approaches*. <http://dx.doi.org/10.29264/jimm.v5i1.7667>
- Karlina, dan Seminari (2015), “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles TokcerDenpasar”, *Jurnal manajemen Unud*. Vol.6, No.6,2015.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.).
- Kotler dan Keller , *Marketing Management* (London : Person Education, 2016), hal.646- 648
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran* By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I & II. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler Phillip, 2006. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control, Terjemahan Anita Ancelawati, Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. PHI salemba Raya, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Marketing Management (12th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P and G. Amstrong. 2005. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited. New Jersey.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2019). *Marketing Management*. 4th Edition.
- Kotler, Philip, dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kristyani, F. L. S. P., & Jatmiko, J. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 187-198.
- Moksaoka I Made Weli, Rahyuda I Ketut. 2016." Peran Brand Image Dalam Memediasi Country of Origin Terhadap Purchase Intention." *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.5 No.3, 2016 : 1690-1716.
- Mujahid, A. (2017). *Labelisasi Halal, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah*. Manajemen Dan Bisnis, 5(5), 1–23.
- Muninggar, Danit Anggi, and Aulia Rahmadini, 2022. "Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus 57 Kota Bandar Lampung)." *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 3.1 (2022).
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 140-148.
- Nasution, M. R., Rasyid, A., & Zuhriah, Z. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Official Shop Di Shopee. *Journal of Creative Student Research*, 2(1), 230-240.

- Noviasih, L., Yulianthini, N. N., SE, M., & Telagawathi, N. L. W. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Konsumen Di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Undiksha. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 5(2).
- Nurchahyo Ramadhan, 2022. Pengaruh E-WOM dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention Melalui Kepuasan Pelanggan Tokopedia UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. S1 Manajemen. www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id.
- Nurhasanah, 2024. *Pengaruh electronic word of mouth, kualitas produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Skincare The Original Di Jawa Barat*. Skripsi Universitas Nusa Putra.Sukabumi
- Nurrohman., & Utama (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Smartphone Merek Blackberry Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. <https://Eprints.Uny.Ac.Id/55746/> . Diakses Tanggal 7 Juni 2021.
- Oktapiani, K., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Peran Brand Image Memediasi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 72-79.
- Park, C. & Lee, T. (2009). Information direction, website reputation and eWOM effect: A moderating role of product type. *Journal of Business Research*.
- Philip Kotler (2005). *Managemen Pemasaran. edisi kesebelas Jakarta* : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Prastyo, N. A., Suharto, A., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh E-WOM (electronic word of mouth) dan harga terhadap minat beli pada online shop. *Jurnal Ekonomi*.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di kota Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Purnawan, I. K. A. W., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 217-225.
- Ramadhani, F. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Konsumen McDonald's di Kota Mojokerto*. 6(1), 774–789.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Santi, D. (2022). *Pengaruh E_WOM, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus pada Masyarakat Magelang)*. Universitas Tidar Magelang.

- Sarayar, M., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh E-WOM, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli “Folcis Pudding” Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 294–303.
- Sarjita. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Pembuatan Bakpia Di Kabupaten Bantul.
<http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/64>. Diakses 21 Desember 2017
- Schiffman, Leon.G. dan Kanuk, Leslie. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Indeks
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Simamora, H. (2013). *Paduan Perilaku Konsumen*. Gramedia
- Snijders, T.A.B, 2012, Multilevel analysis. Departement of Statistics University of Oxford.
- Sudaryanto,dkk (2019). Influence of Brand Image, Price and Promotion on Consumer Buying Decision of Fast Moving Consumer’s Good with Culture as a Moderating Variable in Basmallah Retail Store in Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Researreg Volume 8, Issue 03, March 2019,ISSN 2277-8616*
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.

- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Suharto, (2016). Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. *Jurnal Derivatif*, Vol.10 No.1.
- Suharyadi dan Purwanto. 2009. Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukawati, L. P., Widiastini, N. M. A., & Rahmawati, P. I. (2019). Meningkatkan Kualitas Produk Pastry Di Anantara Seminyak Bali Resort Melalui Pengolahan Bahan Baku. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 2(1), 30-40.
- Sun, Y., Gonzalez-Jimenez, H., & Wang, S. (2021). Examining the relationships between e-WOM, consumer ethnocentrism and brand equity. *Journal of Business Research*, 130, 564–573.
- Supriyadi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Telagawathi, N. L. W. S., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Bisma: *Jurnal Manajemen*, 5(1), 1-8.
- Tjiptono, Fandy. (2019). "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Torlak, O., Ozkara, B. Y., Tiltay, M. A., Cengiz, H., & Dulger, M. F. (2014). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumers in Turkey. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 61-68.
- Tricahyanti, M. A., & Mashariono, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Samsung. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(6).
- Wibowo, A. (2015). Pengaruh elektronik word of mouth dan brand image terhadap purchase intention pada konsumen smartphone samsung yang berbasis android. *Jurnal Ilmu Manajemen UNY*, 12(1), 71-88.
- Wicaksono. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.

- Widiana, I. G. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mixue di Kintamani. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(2), 24-33.
- Widiastini, N. M. A., Rahmawati, P. I., & Koma, F. Y. I. (2020). Ragam Branding Desa dalam Mengembangkan Potensi Wisata Berbasis Budaya Masyarakat di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7, 195.

