

## DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, N. W. S. J., & Suasana, I. G. A. K. Gd. (2024). *Peran brand image memediasi pengaruh kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian*. E-Jurnal Manajemen, 13(8), 1357–1371.  
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2024.v13.i08.p07>.
- Anwar, M., & Astuti, D.Y. (2025). "Peran *brand image* dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan *Electronic word of mouth* terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse". Jurnal Bisnis 13(1), 122-136.
- Arnanda, F.P. (2022) Pengaruh *word of mouth*, *product quality* Aplikasi Shopee terhadap *Purchase Intention* dengan *brand image* Sebagai Variabel *Intervening*. Ekonomis: Journal of Economics and Business 6 (1), 238-248.
- Aswari, N. I., & Octafian, R. (2022). Product and location analysis of guest purchase decisions. *Brilliant International Journal of Management and Tourism*, 2(3), 198–205. <https://doi.org/10.55606/bijmt.v2i3.7>
- Cahyani, I. D. A. B., Telagawathi, N. L. W. S., & Widiastini, N. M. A. (2025). brand image mediates the influence of E-WOM and product quality on Wardah cosmetic purchase decisions (Case study on Gen Z women in Ubud District). *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(5).
- Cahyani, N. (2024). Pengaruh *brand image*, *electronic word of mouth* dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Dari, N. M. U., & Suci, N. M. (2025). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(2).

- Dewi, N. L. A. T., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh word of mouth (WOM) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk BASF di UD. Trisna. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2).
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). *brand image* dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Febrianti, V. W. (2024). Pengaruh *product quality* dan *Price Advantage* terhadap *Repurchase Intention* Batik Bakaran Dengan *brand image* Sebagai *Varibale Intervening* (Studi Pada Konsumen Batik Bakaran). Diss. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Fera, P. M., Asmin, E. A., & Gunawan, R. (2023). *brand image* Memediasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 23-40.
- Gunawan A, Diana. B, Murchandie B.G and Sitinjak M.F. (2016). *The Effect on Involvement and Electronic word of mouth (eWOM) on brand image and Its Impact on Consumers Brnd Switching of Mamypoko*. *International Journal of Economic and Maagement*. 10(81) 19-31.
- Hermawan, U., Ramdansyah, A.D., & Damarwulan, L.M. (2025). *The Role of brand image in Mediating the Relationship between product quality and Purchasing Decisions*. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research* 3.(1) 442-456.
- Indra, I. G. N. B. H. (2023). *brand image memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk smartphone OPPO di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen*, 12(10), 2821–2838.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/xxxx>.
- Kesumahati, E., Butarbutar, H. M., & Putra, E. Y. (2024). Peningkatan *Purchase Intention* melalui *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness*, *product quality* dan *E-Wom* dengan Mediasi *brand image* terhadap

- Klinik Kecantikan di Kota Batam." *Jurnal Manajemen Strategik dan Simulasi Bisnis* 5.(2)41-61.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. In *Marketing Management*.
- Kusumayani, P. E., Telagawathi, N. L. W. S., & Suci, N. M. (2025). brand image as economic capital: Mediating the influence of E-WOM and product quality on purchase intention for Adidas shoes. *International Journal of Economics Development Research*, 6(3), 1442–1456.
- Marwida, I. W. A., Wijaya, P. Y., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2023). *brand image mediates product quality and electronic word of mouth towards purchase decision*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 10(2), 117–124. <https://doi.org/10.22225/jj.10.2.2023.117-124>. *Ijemr*
- Munir, A. F. (2025) *The Influence of Product Image, product quality, and Promotion on Repurchase Intention: The of brand image as an Intervening Variable on Cimory Yogurt Products*. *Jurnal Economic Resource* 8 (2), 905-917.
- Nababan, J.S., & Soesanto, H. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan *word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *brand image* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Fladeo Ladies Di Jakarta). Diss. UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. R. (20120). Pengaruh *Country of Origin Image*, *brand image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen* 9(2).
- Ninef, A. C., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano di Kecamatan Buleleng Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(3).

- Noerchoidah. (2013). Analisis pengaruh kualitas produk terhadap *brand image* dan keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Nurbasari, A., & Para Kamanda, R. G. (2022). *The influence of brand associations and perceived quality on purchase intention: Study at Cibaduyut Shoe Industry Center*. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 16(1), 165–177. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2022.v16.i01.p13>.  
Academia
- Oktavenia, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone
- Pamenang W dan Susanto H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan *word of mouth* terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Produk Kerupuk Ikan Lele UKM Minasari Cikaria Pati, Jawa Tengah). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 15(3): h: 206-211.
- Parwati, N. M. S., & Atidira, R. (2023). Peran gaya hidup beserta kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Herbalife Nutrition Shake di Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(3).
- Pasaribu, N. V. (2024). Pengaruh Citra Merek, *word of mouth* dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Benings Skincare di Kota Batam. Diss. Prodi Manajemen.
- Pinaraswati, S. O., Baruno, A. D., & Tjahjani, I. K. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial dan *word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Kain Batik Dari Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo.
- Pramesti, C. I. A., & Rahanatha, G. B. (2019) Peran *brand image* Memediasi Pengaruh *word of mouth (wom)* Terhadap Niat beli konsumen. Diss. Udayana University.

- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran *word of mouth* Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Diss. Udayana University.
- Pratasik, R. K., & Putra, K. E. S. (2025). Pengaruh word of mouth (WOM) dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada usaha Terrazzo Bali Victory Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2).
- Prastowo, S. L., & Nur, M. (2023). *The Influence of e-Promotion, Trust, Convenience, and e-WOM on Purchase Decision with Consumer Behavior as a Mediator*. PERFECT EDUCATION FAIRY, 1(2), 54–68. <https://doi.org/10.56442/pef.v1i2.307>.
- Pratiwi, N. K. R., & Putra, K. E. S. (2025). The influence of product quality and price perception on purchase decisions for gold savings products. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 6(5), 1064–1074.
- 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).
- Puspasari, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap *word of mouth* Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1737–1748.
- Putri, I. A., & Prasetya, A. Y. (2025). Pengaruh *Country of Origin* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *brand image* terhadap produk *Something* di Kota Semarang." *Jurnal Ilmiah Edunomik* 9.(3).
- Putri, R., & Dwiyanto, B. M. (2023). Pengaruh *digital marketing* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen dengan *brand image* sebagai variabel mediasi (Studi Pada Konsumen Wingko Babat Pak Moel di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management* 12(1)

- Putri, S. (2020). .Pengaruh Kualitas Produk dan *Electronic word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Produk Skincare *Skintific* (studi pada Mahasiswa IBITEK). Diss. IBITEK.
- Putri, I. A., & Prasetya, A. Y. (2025). Pengaruh country of origin dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui *brand image* terhadap produk Somethinc di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Edunomik*, 9(3).
- Renaldi, I. S., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2025) Pengaruh Kualitas Produk dan *word of mouth* terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening pada Roti Dapur Dinda Dawarblandong Mojokerto." *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen dan Ekonomi* 2(1)1694-1713.
- Rahma, R., & Bambang, M. D. (2023). Pengaruh digital marketing dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen dengan *brand image* sebagai variabel mediasi. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).
- Renaldi, I. S., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2025). Pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening. *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen dan Ekonomi*, 2(1), 1694–1713.
- Saputra, M. T., et al. (2025). *Pengaruh Electronic word of mouth dan product quality terhadap Purchase Decision Sepatu Aerostreet dengan brand image sebagai Variabel Mediasi.*" *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 6(2) 219-138.
- Saraswati, A. R., & Giantari, I. G. A. K. (2022). *brand image mediation of product quality and electronic word of mouth on purchase decision.* *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 9(1), 97–109. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v9n1.2012>. Sloap
- Shafitry, M. A., & Octaviani, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan *E-Wom* Dengan *brand image* Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Smartphone Realme Di Kota Pontianak. *Jurnal Equilibrium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti* 10 (1) 40-50.
- Sernovitz, A. (2009). *word of mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Kaplan Publishing.
- Sucita, I. K. O., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh social media marketing, word of mouth, dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Dana Iswara Dulang. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1).
- Suryani, S., Suprihartini, L., & Akhirman. (2021). *Electronic 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 (SOJ) UMRAH-Ekonomi* 2(1) 448-462.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryantari, N. L. P. P., and Ni Nyoman Rsi Respati. "Peran *brand image* Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 11.1 (2022): 127-149.
- Tarigan, Antonia Elsa Febrina, Gatot Wijayanto, and Any Widyatsari. "Pengaruh *WOM*, Kualitas Produk, Harga Terhadap *brand image* Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Merk Xiaomi di Kota Pekanbaru." *Jurnal Daya Saing* 9.1 (2023): 72-78.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Yuriananda, A. V., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone

Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa STIESIA." Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM) 12(4)

