

DAFTAR RUJUKAN

- Abad Amru Al Majid, S. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen Pakaian Pada *E-Commerce* di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 1(03), 24-38.
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis* (Jab), 10(1), 25-31.
- Ambarwati, M. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (*Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent*) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Anggitasari, A. M. (2016). Pengaruh Ewom Terhadap *Brand Image* Dan *Brand Trust*, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk *Smartphone* Iphone (Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* (JMBI), 5(3), 266-275.
- Asiku, J. R., Ahmad, M., & Isa, R. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Di *E-Commerce* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNG). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 973-983.
- Author. 2024. *Top Brand Index* Beserta Kategori Lengkap/*Top Brand Award*. *Top Brand Award*. Terdapat pada: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/> (diakses tanggal 30 November 2024).
- Balqis, P., Dharta, F. Y., & Oxcygentri, O. (2024). Pengaruh E-WOM Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 681-686.
- Cemara, N. (2023). *Compas Data Market Insight: Penjualan Berkelas dari Pasar Perawatan Tubuh di E-commerce: Siapa 5 Top Brand Body Lotion?* *Compas*. Tersedia pada: <https://compas.co.id/article/brand-body-lotion/> (diakses tanggal 20 November 2024)
- Dewi, K. A. P., & Giantari, I. G. A. K. (2020). *The Role Of Brand Image In Mediating The Influence Of E-Wom And Celebrity Endorser On Purchase Intention*. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* (AJHSSR), 4(1), 12.
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37-44.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, N. T., & Melinda, T. (2021). *Effect Of Electronic Word Of Mouth On*

Purchase Intention Through Brand Image As Media In Tokopedia. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 5(4).

Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi, Millienium, Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2019. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-12 Jilid 1. Jakarta: Indeks – Prentice Hall.

Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.

Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) Terhadap Minat Beli *Followers* Instagram Pada Warung Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis*, 10(2), 78-88.

Laraswanti, N. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* dan *Variety of Selection* Terhadap Minat Beli *Body Lotion* Scarlett Whitening (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

Majid, Nurkholish. 2014. Analisis Pengaruh *Electronic word of mouth* terhadap *Brand Image* dan Dampaknya pada Niat Beli *Smartphone* Samsung di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 2. No 2

Megasari, K. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) oleh *Beauty Vlogger* dan Citra Merek terhadap minat Beli Lipstik Maybelline di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2).

Nabilaturrahmah, A., & Siregar, S. (2022). Pengaruh *Viral Marketing, Brand Image*, dan E-WOM terhadap Minat Beli Produk Somethinc pada *Followers* Instagram@ somethincofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(7), 41-49.

Prasetyo, M. M., & Wibowo, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 1(2), 62-79.

Putri, D. A., & Indayani, L. (2023). *The Effectiveness of Influencer Marketing, Content Marketing, and Electronic Word Of Mouth (E-WOM) on Purchasing Decisions for Beauty Products on Shoope Live Streaming: Efektivitas Influencer Marketing, Content Marketing, dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Shoope Live Streaming.*

Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk *Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth* *Sunscreen* Azarine. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(04), 744-752.

- Rina, R. R., Heikal, M., Mariyudi, M. M., & Shubhan, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada *E-Commerce*. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 47-56.
- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Manai, S. D., Suryani, D., & Sabirin, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Wizzmie Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230-237.
- Salsabila, P. (2022). Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek pada produk *Hand & Body Lotion Nivea*. *Jurnal E-Bis*, 6(1), 184-198.
- Saputra, A. L., & Aprilia, T. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 2(1), 1-7.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketuju. Jakarta:PT. Index
- Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). Analisis ewom, *brand image*, *brand trust* dan minat beli produk *smartphone* di Surabaya. *Jurnal manajemen pemasaran*, 8(2), 7-54.
- Solihin, D., & Ahyani, A. (2022). *The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Social Media on Purchase Intention*. *Majalah Ilmiah Bijak*, 19(2), 193-205.
- Stefanny, G., Pratikto, H., & Hermawan, A. (2022). *The Effect of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Online Shopping Behavior Through Online Purchase Intention as Intervening Variables (Study on Marketplace Shopee Users)*. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences*, 2(2).
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap citra destinasi serta dampaknya pada minat dan keputusan berkunjung (survei pada *followers* aktif akun instagram indtravel yang telah mengunjungi destinasi wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(2).
- Swasta dan Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran*, Analisis Perilaku Konsumen, Edisi 1, Cetakan 3. Yogyakarta
- Tajuddin, U. N. R. A., Hassan, L. F. A., Othman, A. K., & Razak, N. A. (2020). *Electronic Word-Of-Mouth (E-WOM), Brand Image And Consumer Purchase Intention On Healthcare Products*. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 3(1), 73-83.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta: Andi.
- Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman

- Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 63-75.
- Wijaya, G. M., & Sungkono, S. (2024). Pengaruh Branding Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kopi Toktok Indonesia. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(8), 576-600.
- Wjaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik *Mother of Pearl. Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 133-142.

