

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyani, T. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, E-Wom, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Batam. *Seiko: Journal Of Management & Business*, 6(2).
- Adi Winata, Telagawathi, & Erawan. (2025). *The Influence of Search Engine Optimization and Brand Awareness on Consumer Purchase Intentions: Study on Body Shop Product. Journal of Research and Development of Science and Humanities*
- Azizah, N. N. N. (2025). Pengaruh Live Streaming dan Media Social dalam Meningkatkan Kepercayaan Merek dan Keterlibatan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Skincare. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 3759-3771.
- Aziza, U. L. N., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pantai Tambakrejo Blitar. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1), 2077–2084. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2747>
- Aripin, Z., & Negara, M. R. (2021). *Perilaku Bisnis : Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Deepublish.
- Andriyanto, M. R., Siregar, S., & Karina. (2024). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Journal Of Social Science Research*, 4(1).
- Arif., M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa SEminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Mie Instan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran dan Sumber Daya Manusia*, 3(2), 2745–7257. <https://Instantnoodles.Org>
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i2.381>
- Dasser, A. M., Dotulong, L. O., & Loindong, S. S. (2024). Pengaruh Corporate Reputation Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Oleh Konsumen Desa Tateli Satu Yang

Dimediasi Oleh Trust. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(03), 400-411.

Desi Lestari, E., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. Februari 2021 EMBISS, 1(2), 75. <https://embiss.com/index.php/embiss>

Erpurini, W., Alamsyah, N., & Sari, E. N. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Tokopedia. *Tematik*, 11(1), 16-24.

Ersantika Alhamdina, T., & Hartono, A. (2023). The Impact Of Brand Awareness, Brand Reputation, And Perceived Economic Benefits On Brand Trust And Online Purchase Intentions For Skintific Products On The Tiktok Shop Platform. In *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>653

Fridayana, Krisna, & Wiratama. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arj88 Store. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*

Imani, A. N., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Universitas Nasional Jakarta. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(1), 2537-2548.

Kumaralalita, H., & Nugrahani, R. U. (2017). Pengaruh Negatif E-Wom Terhadap Kepercayaan Merek Telkomsel Flash. *Ettisal Journal Of Communication*, 2(2), 11- 18.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th Edition).

Karamang, E. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Pada Sekolah Bisnis di Bandung. 5.

Khoirunnisa, D. E. V., Dini Wilanda, S., Nurliana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 53–65. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i2.749>

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*, 16/E. Global Edition.

Lay, A. G. M., & Marvianta, Y. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pelanggan Aplikasi Marketplace.

Jurnal Bangun Manajemen, 1(2), 88-95.

- Lonan, J., Ogi, I., & Karuntu, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia (Studi Mahasiswa Di Feb Unsrat. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 102-112.
- Laudon. (1998). Analisis Sistem Desain Implementasi Sistem. Jakarta: Salemba Empat
- Maesaroh, S., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh E-Wom, Food Quality, Dan Resto Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Resto My Tora Chicken Makamhaji: Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 5(2), 127-138.
- Maky, Z. A., Pradiani, T., & Rahman, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Meteorcell Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
- Maulidah, H. R., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 5(2), 416-424.
- Nafisah, F. R., & Murniningsih, R. (2021). Pengaruh E-Wom Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Price Discount Sebagai Variabel Moderasi. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021, 1(1), 301–309.
- Ni Made Suci, & Putra. (2025). Peran Motivasi Belanja Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Platform Shopee. *Bisma : Jurnal Manajemen Volume 11 No 2*
- Nur, D. S. dan A. Oktavia. 2022. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada Market Place Shopee Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*. 11(2).
- Noviana, R. S., & Khuzaini. (2022). Pengaruh Brand Image, E-WOM dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.
- Perdana, R. E., Komariah, K. and Mulia, F. 2020, Analisis Citra Merek dan

- Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PD. Ikram Nusa Persada Kota Sukabumi, *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(1), 58–69. doi: 10.31539/jomb.v2i1.1216
- Putri Ariasih, & Suteja. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Skintific Di Queen Beauty Singaraja. *Bisma : Jurnal Manajemen Vol 11 No 2*
- Putri Ariasih, & Dita. (2025). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wajah Somethinc Di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen Vol 11 No 2*
- 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>
- Smith, J. (2019). The Impact of Brand Trust on Consumer Purchase Decisions. *Journal of Marketing Research*, 56(3), 455–469.
- Sagala, R., Sitanggang, D., & Sitompul, P. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Telkomsel Pada Masyarakat Kelurahan Babura Sunggal Kecamatan Medan Sunggal Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 25-33.
- Sayang Telagawathi, & Suyasa. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sunblock Cream Nivea. *Bisma : Jurnal Manajemen Vol 11 No 3*
- Simangunsong, E., & Bangun, K. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Teh Botol Sosro. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 162-172.
- Suarmanayasa, & Diarta. (2021). Pengaruh Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus di Kota Tabanan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol. 13 No. 2*
- Wijayanto, G., & Komita, S. E. (2021). Pengaruh e-satisfaction dan e-trust terhadap repurchase intention melalui e-word of mouth (e-wom) sebagai variabel intervening e-commerce buka lapak pada generasi millenial. *Urnal Ekonomi KIAT*, 32(1).
- Widianti, W. (2022). Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, Kepuasan Dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(1), 803–828. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1954>
- Wijaya, A. P. and Annisa, I. T. 2020, The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions,

Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi, 18(1), 24–35. doi: 10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077.

- Yohansyah, F. (2022). Pengaruh e-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood dengan Mediasi Kepercayaan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 04, No. 01, Januari 2022* : hlm 89-98
- Yulianthini, & Sariri. (2025). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Nivea Hand And Body Lotion Pada Mahasiswa Undiksha Singaraja. *Bisma : Jurnal Manajemen Vol 11 No 2*

