

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, T., L., Ellitan, dan R.S.H Lukito. 2022. Pengaruh Social Media Marketing Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Image* Pada Scarlett-Whitening Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 11(1), 21-29.
- 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.
- Anizir, A., dan R., Wahyuni. 2017. Pengaruh social media marketing terhadap brand image perguruan tinggi swasta di Kota Serang. *Sains Manajemen*, 3(2).
- Azmar, A., dan P., Laksamana. 2018. Pengaruh social media promotion dan electronic word of mouth terhadap keputusan pemilihan pada perguruan tinggi. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2), 123-136.
- Batee, M. M. 2019. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313-324.
- Cahyani, k, I. dan E, Rr., Sutrasmawati. 2016. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4)
- Cahyaningrum, F. 2020. "Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Celebrity Endorser* dan *Country of Origin* terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Image* di Wardah Beauty House Semarang"HALA. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.
- Damayanti, S., A., Chan, dan C.S.A., Barkah. 2021. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Mypangandaran Tour and Travel. *International Journal of Information Management*, 9(3), 852-862.
- Ghozali., I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivaret Dengan Progam IBM SPSS 23 Edisi Kedelapan*. Cetakan Kedelapan, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Indra, C. 2018. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* Dan *Perceived Service Quality* Sebagai Variabel Intervening Pada Program Kpr Bersubsidi Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 1-9.

- JDUK Putri., dan N Laily. 2022. Pengaruh Beban Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Burnout Sebagai Variabel Intervening Pada Studi Dinas Sosial Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*,11(4).
- Luthfiyatillah, L., A., N, Millatina., S.H., Mujahidah., dan S., Herianingrum. 2020. Efektifitas media instagram dan e-wom (*electronic word of mouth*) terhadap minat beli serta keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101-115.
- Manggalania, L. K., dan H., Soesanto. 2021. Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Country of Origin* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Mada, Y. P. 2021. Pengaruh Social *Electronic Word Of Mouth (Ewom)* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(3).
- Majid, N., & H., Rofiq. 2013. Analisis pengaruh electronic word of mouth terhadap brand image dan dampaknya pada minat beli smartphone samsung di kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).
- Narayana, K. G. S., dan G.B., Rahanatha. 2020. Peran *Brand Image* Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962.
- Pamungkas, B. A., dan S., Zuhroh. 2016. Pengaruh promosi di media sosial dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal komunikasi*, 10(2), 144-158.
- Putri, CS 2016. Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen melalui minat beli. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Start-Up* , 1 (5), 594-603.
- Sari, N., M., Saputra., dan J, Husein. 2017. Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Magister Manajemen Darmajaya* , 3 (01), 96-106.
- Setiawan, F., dan T, Purwaningrum. 2022. The Role of Electronic Worth of Mouth in Mediating TikTok Social Media Toward The Organizational Image of Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Ekulibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 17(1), 14-22.
- Setyawati, K. E., dan Y, Farradia. 2021. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv

- Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4).
- Suciningtyas, W. 2012. Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Supriyadi, S., W, Wiyani., dan G.I.K Nugraha. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Suryani, R., dan D.J, Suyaman. 2022. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Media Sosial Instagram dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Karawang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 297-306.
- Sugyono., dan Setiyawami. 2022. *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia (Kuantitatif, Kualitatif, dan Studi Kasus)*. Cetakan Kesatu. Alfabeta. Bandung.
- Ruhamak, MD, dan EH, Syai'dah. 2018. Pengaruh *word of mouth*, minat konsumen dan citra merek terhadap keputusan konsumen (studi pada mahasiswa pengurus kursus di wilayah Kampung Inggris Pare Kediri). *EKONOMI: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* , 3 (2), 118-135.
- Wijaya, T., dan L, Paramita. 2014. Pengaruh *electronic word of mouth (ewom)* terhadap keputusan pembelian kamera Dslr.
- Wulandari, I. M. 2013. Pengaruh *Brand Image* dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII SMAN Jurusan IPS di Kota Jember).
- Yusriadi. 2019. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Kuiah di STIE Yang ada di Kota PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(2).