

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Hinggo, T. H., & Zaki, H. 2024. Pengaruh Brand Ambassador, E- WOM, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*.
- Alamsyah, M. R., & Cahyono, K. E. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Burger King Jemursari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–16.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. 2023. *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung*. 6(1), 492–503.
- Amalia, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Ariani. 2003. *Manajmen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Baretto, J. S at al. 2023. The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions of Packaged Drinking Water in Liquiça District, DILI – Timor Leste, *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, (10):332-340.
- Chin, W. W. 1988. *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Chevalier, J. A. dan D. Mayzlin. 2006. The Effect Of Word Of Mouth On Sales: Online book review. *Journal of Marketing Research* 43(3): 345-354.
- Desweriel, R. S. 2022. Efektivitas E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Uniqlo Di Jakarta. *SKRIPSI*.
- Evi, T., & Rachbini, W. 2022. *Partial Least Squares Teori dan Praktek*. Tahta Media Group.
- Febriani, S., Sriwahyuni, E., & Muttaqin, F. 2023. *Efektivitas Review Produk di TikTok Dalam meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Perspektif Ekonomi Syariah Shella*. 2, 431–444.

- Frans, S. O. S., Dianita, I. A., & Arifputri, A. N. 2023. Pengaruh E-Wom Pada Akun Tiktok @Somethincofficial Terhadap Brand Image Somethinc. *Journal Of Social Science Research*, 3, 3930–3938.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goyette, L., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. 2010. e-WOM scale: Word of mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2013. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hardiansyah, M. M. 2024. Pengaruh Produk, E-WOM terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Citra Merek pada konsumen Lorions Kopi di Magetan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–22.
- Hartin, V. F. 2023. Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Junal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.
- Hasan, G. And Utami, N. A. D. 2024. The Influence of Product Quality, Price, Promotion, Lifestyle, and E-WOM On Purchase Decision of Thrift Apparel Mediated by Purchase Intention, *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE HUMANITY & MANAGEMENT RESEARCH*, 3:185-195
- Ismagilova, E. 2017. *Electronic Word Of Mouth (e-WOM) in Marketing Context*
- Jogiyanto, H. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPF.
- Kotler, P., & K. L. Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 17. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2018. *Principles of Marketing* (1st, Globa ed.). Pearson Education.
- Kristiawan, T. A., & Keni, K. 2020. Pengaruh Packaging, Social Media Marketing, dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. *Development of Research Management : Jurnal Manajemen*, 15(2), 244–256.
- Marina,S.(n.d.).*MarinaHandandBodyLotion*.<https://www.sahabatmarina.com/product/category/hand-body-lotion>. 20 Januari 2025 (15.36)

- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. 2021. Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87.
- Pebriyanti, A. 2024. Pengaruh Citra Merek, Eelectronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk dan Body Lotion Marina. *Digilib.Uinsgd.Ac.Id*.
- Peter, J. F., & Olson, J. C. 2000. *Perilaku Konsumen Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Rahmahyanti, R. N., & Andriana, A. N. 2023. Pengaruh Kualitas Produk , Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow. 4(4), 1143–1151. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3309>
- Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. 2023. PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KOPI KENANGAN CABANG MANUKAN , SURABAYA) Pontjo Bambang Mahargiono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Sabardini, S. E., & Wijono, D. 2024. Citra Merek Sebagai Mediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Sleman. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(4), 467–478.
- Saktiawan, A. B., & Wiyadi, W. 2024. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Smartphone Oppo. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1285–1305.
- Scan, T. (n.d.). *Profil Perusahaan*. TempoScanGroup. <https://www.temposcangroup.com/id/info-perusahaan/profil-perusahaan> 20 Januari 2025 (15.38)
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: INDEKS.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuntitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sumarwan. 2012. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sudana, I. M., & Setianto, R. 2018. *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS* (Tim Perti I, Ed.). Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Tamaya, D., & Mulyono, J. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Harga, Dan Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Di Hasan Bakery

Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 437–454.

Thurau, T. H., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremier, D. D. 2004. Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.

Tjiptono, F. 2016. *Strategi Pemasaran*. Andi Publisher.

Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk scarlett*. 1(4), 102–111.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 289–2910.

