

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, Cynthia, dkk. 2019. "Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado". *Jurnal EMBA*, Volume 7, No 1 (hlm.131-140).
- Amron, Amron. 2018. "The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia". *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention* Vol 5 (12).
- Arief, M., Suyadi, I., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 44(1), 144-153.
- Arif, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Fastfood Indonesia Store KFC Raja Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1), 12-19.
- Ashoer, M., Syahnur, H., & Murdifi, I. (2019). Bagaimana Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 52-65.
- Azalia, D., W. dan Magnadi, R., H. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Layanan Videon on Demand (Studi pada pengguna Netflix). *Jurnal Manajemen*. Vol. 09, No. 12, pp. 1-12.
- Elseidi, Reham I, Dina El-Baz. 2019. Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt. *The Business and Management Review*, Volume 7 Number 5.
- Fauzana, S. (2020). Pengaruh brand ambassador, brand image, dan harga terhadap keputusan pembelian sampo sunilk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1-14.
- Faza, M. A. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek (Studi Pada Smartphone Xiaomi Di Kota Yogyakarta). *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Vol. 06, No. 04, pp. 1-11.
- Filia Maindoka, dkk. 2018. "Analisis Desain Pengaruh Citra Merek, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina pada PT. Wahana Wirawan Manado". *Jurnal EMBA*, Vol. 6 No. 3.
- Haekal, M. E., Suharyono, S., & Yuliyanto, E. (2016). Pengaruh EWOM terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Produk Fashion Followers Akun Instagram Erigostore). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 40(2), 162-168.

- Hamidah, L., Oktaviani., Nurhajati (2021). The Effect of Instagram's E-WOM on Netflix's Brand Image and Subscription Decision. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 04, No. 02, pp. 167-179.
- Kameswara, I.G. dan Respati N.N. (2022). Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh EWOM Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Sepeda Motor Honda ADV. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 11, No. 5, pp. 2302-8912.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953-964.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361-375.
- Pratiwi, Fitri Asti, dan Puspo Dewi Utama, Dian H; Dirgantari. 2018. "Gambaran Brand Communication Brand Trust Dan Brand Loyalty Pelanggan Kosmetik Sariayu Di Indonesia." *Journal of Business Management Education (JBME)* 3(3):89–99. doi: 10.17509/jbme.v3i3.14313.
- Rahmani, R., Bursan, R., MS, M., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 431-438.
- Rahmat, Rahmat, dan Marso Marso. 2020. "Hubungan Brand Experience, Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Loyalty Dalam Pespektif Four-Stage Loyalty Model (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Smartphone Di Tarakan)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14(1):17–24. doi: 10.9744/pemasaran.14.1.17-24.
- Rif'atul, A., & Endang, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pixy di Kota Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1153-1162.
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1).
- Sari, Vivi Endah. 2019. Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking pada situs Traveloka.com di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat dan Kereta Api). *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 7, Nomor 4.

Semuel, Hatane, dan Reynaldi Susanto Putra. 2018. "Brand Experience , Brand Commitment , Dan Brand." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12(2):69–76. doi: 10.9744/pemasaran.12.2.69.

Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.

Siahaan, A. C., Ginting, M., & Ginting, L. T. R. B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 80-91.

Sipahuntar, E. K. S., dan Nugrahani, R.U. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Brand Image Dear Me Beauty. *e-Proceeding of Management*. Vol.8, No.6. pp. 22-38.

Suntoro, Wiharto, dan Yunita Budi Rahayu Silintowe. 2020. "Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek." Maneggio: *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 32(1):25–41.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen(Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.

Visza Adha, Howardi, dan Wiry Utami. 2021. "The Effect of Brand Experience, Brand Personality and Brand Trust on Brand Loyalty." *Journal of Business and Management Review* 2 (12):861–71. doi: 10.47153/jbmr212.2962021.

Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., & Dana, I. M. (2022). *Promosi Penjualan untuk Membangun Electronic Word of Mouth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Klaten: Lakheisha.

Wardhana, Erik. 2019. "Pengaruh Nilai Utilitarian,Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio." *Jurnal Ekonomi dan Industri* 20(2). doi: 10.35137/jei.v20i2.312.

Wicaksono, D., Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Batik Mukti. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. Vol. 03, No. 01, pp. 81- 89.

<https://orami.co.id/magazine/rekomendasi-ac-terbaik> (diakses pada Juni 2023).