

### Daftar Pustaka

- Arohman, S. I., Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2023). *Pengaruh Penggunaan Sosial Media dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi Kepercayaan (Studi pada Smartphone Xiaomi Daerah Istimewa Yogyakarta)*. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 8(1), 499–510.
- Adriyati dan Indriani, F. (2020). *Pengaruh Electronic terhadap Citra Merek dan Minat Beli pada Produk Kosmetik Wardah*. Jurnal Fakultas Economica dan Bisnis, Vol 6. No 4.
- Dewi, R. R., & Kristiyana, N. (2021). *Pengaruh Perceived Quality, Perceived Price dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Purchase Intention (Survei Pada Konsumen Mobil Second Prabu Motor Ponorogo)*. Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul, 9(4), 302–308.
- Dhea Febyana, S., Herman Mulyono, L. E., & Mujahid Dakwah, M. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk dan Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi pada Mahasiswi di Kota Mataram)*. Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora, 9(1), 68–73.
- Ekawati, M. d. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Pengetahuan Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 14 No 2.
- Harjati, Lily, Sabu dan Olivia (2024). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop*. E-Jurnal Widya Ekonomika, Vol 1 No 1.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Jalilvand. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention*. Jounals of Marketing Inteligence and Planning.
- Kristia, T. (2022). *Analisis Pengaruh Citrs Merek Persepsi Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Nazirah, U., & Utami, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Niat Pembelian Dimediasi Oleh Persepsi Kualitas Produk Pada Lazada.co.id*. Ekonomi Manajemen, Vol 2 No 3.
- Purba, F. A., & Susilowati, I. (2022). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Electronic Word of Mouth, dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA), 4(3), 373–386.
- Rafida, V., & Septyan, B. C. (2020). *Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi*. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, 5(1), 76–82.

- Rifal, M. (2021). *Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Smartphone Xiaomi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Counter Warna-Warni Cell*. 2(1), 64–76.
- Ristia, T. (2022). *Analisis Pengaruh Curs Merek Persepsi Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Samici, & Jalilvand. (2022). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*. *Journal of Marketing Inteligence and Planning*, Vol 30 No 4 pp 460-476
- Samiei, & Jalilvand. (2022). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention an Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*. *Journal of Marketing Inteligence and Planning*, Vol 30 No 4 pp 460-476.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2023). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Saodin, & Nerson, N. (2022). *Pengaruh Experiential Marketing, Perceived Quality dan Advertising terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie*. *Kalianda Halok Gagas*, 5(1), 1–13.
- Sari, M Saragih, Hoga dan Rizky, Ramadhany (2022). *Pengaruh Intensi Pelanggan dalam*. V. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth di Social Media Twitter terhadap Minat beli Konsumen*. Jawa barat: Universitas Indonesia.
- Sari, N. d. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online RSITAS Magister*, Vol 02 No 01. *U Lapak.com*. ISLAMRIAU Jurnal Manajemen
- SITAS ISL Evans dan McKee. (2020), *Social Media Marketing The Next Generation of Business Engagement*. Canada: Wiley Publishing.
- Priansa, D. J. (2021). *Pengaruh E-Wom dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja Online di Lazada*. *Jurnal Ecodemica*, Vol 4 No 1.
- Wicaksono, M. P., & K. S. (2022). *Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap Brand Awareness Traveloka*. *Jurnal Manajemen*, Vol 5 No 8.
- Wijaya, T., & Paramita, L. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. *Journal Mnajemen*, ISBN 978-602- 70429-1-9.
- Yulita Tri Astuti. (2020). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee*. (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau).