

## DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyanti, Mohhamad, 2018. Pendekatan Hayati: Strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan yang dinamis. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Firmansyah, R. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer Mahar Agung Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 658. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.527>
- Ghozali, Imam. (2008). Structural Equation Modelling, Edisi II, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Goyette, et al. 2010. E-Wom: Word Of Mouth Measurement Scale for E-Service Context. *Journal of Administrative Sciences*, 27, 5-23.
- Gruen, T.W. 2006. e-WOM: The Impact Of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange On Customer Value And Loyalty. *Journal Of Business Research*, 59(4), 449-456.
- Hakim, Rachman Arif, 2017. Pengaruh Brand image terhadap minat beli konsumen pada bimbel Tridaya Bandung. *E-proceeding of applied Science: Vol.3, No Agustus 2017*.
- Ismayanti, N. M. A., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser , Brand image , Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. *E-Journal Manajemen Unud*, 6(10), 5720–5747.
- Kotler, P. dan Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: Pearson Education.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Maghfiroh, L., Aminah, S., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2024). THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) ON PURCHASE INTEREST IN THE SPOTIFY PREMIUM MUSIC APPLICATION PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI APLIKASI MUSIK SPOTIFY PREMIUM. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7.
- Musnaini, Totok Suyoto, Y., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN*.

- Napitu, R., Sinaga, M. H., Munthe, R. N., Wilfrid Pangihutan Purba, J., & Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun, D. (2024). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI SKINCARE EMINA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SIMALUNGUN* (Vol. 6, Nomor 1).
- Peronika, N., Junaidi, & Maryadi, Y. (2020). *93-Article Text-156-1-10-20210115*.
- Rosiana, Y., & Purwanto, S. (2022). *Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang*. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i2.1755>
- Puspitasari, T. W., Studi, P., Manajemen, M., Parahyangan, U. K., Manajemen, P. S., & Parahyangan, U. K. (2018). Analisis Pengaruh Electronic Word Of IMouth Pada Media Sosial Youtube Terhadap Niat Beli Produk. 3(2), 3–13.
- Putri, H. I. W. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Konsumen Lapis Kukus Pahlawan Di Surabaya.
- Qirana, A., Parlyna, R., & Basrah, S. (2021). Pengaruh Electronic Word-Of-Mouth Terhadap Niat Beli Pada E-Commerce Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. News.Ge, <https://News.Ge/Anakliis-Porti-Aris-Qveynis-Momava>.
- Sa'adah, U. (2023). Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Terhadap Pembelian Ice Cream Mixue di Kota Semarang).
- Septiani, A. S., Noorhya, E., & Ramadhan, A. (2022). Pengaruh Country Of Origin , Brand image , Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Hp Xiaomi ( Studi Pada Mahasiswa Stie Tenggara Yang Berada Di Muara Badak ). 5(1), 11–20.
- Sitorus, D., & Pandrianto, N. (2022). *Daniel Sitorus, Nigar Pandrianto: Pengaruh Instagram dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Pengaruh Instagram dan Electronic Word of Mouth (E-WoM) terhadap Minat Beli Konsumen Oishi Bento*.
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Edisi Kedua. Vol. 28. CV Alfabeta.
- Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Supriadi, Yuntawati Fristin, Ginanjar Indra. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 3 No. 1, januari 2016.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta

- Wijianty, M. (2016). Pengaruh Brand image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bsinis Politeknik Negeri Jakarta. *Jurnal Epigram*, 13(1).
- Yogi Arta Wiguna, I. P., & Santika, I. W. (2020). Peran Brand image Dalam Memediasi Pengaruh Sponsorship Terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 199.
- Zulfahmi, A., Rayhan, A., & Ramanda Saputra, A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention. *JURNAL KEWIRAUSAHAAN, AKUNTANSI DAN MANAJEMEN TRI BISNIS*, 5(2), 124–138. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.284>