

DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). **Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi.** *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 74–90.
- Aini, E. N., & Walyoto, S. (2022). **Pengaruh Citra Merek dan Kemasan Ramah Lingkungan terhadap Keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Starbucks di Surakarta).** *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 1–13. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i03.993>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra.** *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Aryani, E. T., & Kurnianingsih, H. (2023). **Pengaruh Inovasi Produk, Kepercayaan Merek, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Di Surakarta.** *Jurnal Maneksi*, 12(2), 368–377.
- Chabachib, M., & Abdurahman, M. I. (2020). **Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi.** Semarang: UPT UNDIP Press.
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). **Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner: Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot.** *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(1), 5–23.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran.* Yogyakarta: Deepublish.
- Fatika, R. A. (2024). **10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?** Diambil 22 Februari 2025, dari <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI>
- Febiyati, L., & Aqmala, D. (2022). **Pengaruh E-Wom, Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.** *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 28–39.
- Febyana, S. D., Mulyono, L. E. H., & Dakwah, M. 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. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i1.199>

- Firmansyah, M. A. (2019). ***Pemasaran Produk dan Merek: Planning and Strategy***. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hajaroh, S., & Raehanah. (2021). ***Statistik Pendidikan: Teori dan Praktik***. Mataram: Sanabil.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). ***Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial***. Cirebon: Penerbit Insania.
- Haryanti, U. N. (2024). **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kaki Empat Petshop Kediri**. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(4), 260–277.
- Hera, H., & Fourqoniah, F. (2023). **Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Purchase Decision melalui Brand Trust sebagai Intervening**. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 877–884. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2810>
- Huda, N. (2020). **Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar**. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). **Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & Smart-PLS 4.0**. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). **Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda**. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Kadang, G. C., & Berlianto, M. P. (2022). **Pengaruh Electronic Word of Mouth Characteristics pada Repurchase Intention Melalui Trust dan Perceived Usefulness sebagai Mediasi pada Aplikasi Sociolla**. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1519–1533.
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2021). **Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Experiental Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado**. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1208–1217. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.37306>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). ***Marketing Management (16th ed.)***. London: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, R., & Kurniawan, A. (2024). **Indonesia Masih Rajai Industri Sepeda Motor ASEAN hingga April 2024**. Diambil 21 November 2024, dari <https://otomotif.kompas.com/read/2024/06/05/072200415/indonesia-masih-rajai-industri-sepeda-motor-asean-hingga-april-2024>

- Kusumasari, I. R., & Kusuma, Y. B. (2025). **The Influence of Conformity , Brand Image and Hedonic Life Style on Consumer Behavior and Consumer Loyalty of Shopee E-Commerce Users in the City of Surabaya.** *International Journal of Science and Society*, 7(1), 298–308.
- Luthfiyatillah, L., Nur Millatina, A., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). **Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian.** *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(1), 101. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Machali, I. (2021). **Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif.** Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Masduki, A. (2023). **Jumlah Penduduk Kota Surabaya Terus Bertambah.** Diambil 21 Februari 2025, dari <https://surabaya.inews.id/view/298746/jumlah-penduduk-kota-surabaya-terus-bertambah>
- Muin, A. (2023). **Metode Penelitian Kuantitatif.** Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Ningsih, E. R. (2021). **Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran.** Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.
- Nugraha, jefri P., Alfiah, D., Sinuligga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, ... Beribe, M. F. B. (2021). **Teori Perilaku Konsumen.** Pekalongan: Penerbit NEM.
- Nurhalizah, L., & Farida, S. N. (2024). **Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Hand & Body Lotion Nivea: Studi Kasus pada Pengguna Produk Hand & Body Lotion Nivea di Surabaya.** *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4857–4871. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2096>
- Pratiwi, D., & Andriana, A. N. (2023). **Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Series Serum.** *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 5(3), 132–140. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3885>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). **Metode Penelitian Kuantitatif.** Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Puspita, N. N., & Nugroho, R. H. (2023). **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Bekas sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus**

- Konsumen di Kota Surabaya.** *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 712–717. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3841>
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. D. M. S., Muliwati, M., Umar A, M., Hadawiah, H., Sari, Y. P., ... Salehan, S. (2022). **Komunikasi Pemasaran.** Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Romadhon, F., & Mahmud, M. (2024). **Peningkatan Keputusan Pembelian Pada Produk Converse : Peran Kualitas Produk, E-WOM, dan Kesadaran Merek.** *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5706–5721. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.13776>
- Safitri, N. A. (2023). **Manajemen Pemasaran.** Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). **Manajemen Pemasaran.** Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Setianingsih, W. E. (2022). **Analisis Pengaruh Promosi, E-WOM dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.** *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 88–95. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7744>
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., & Rachmawati, I. K. (2022). **Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati.** *Jurnal Manajemen*, 8(2), 122–136. <https://doi.org/10.37403/mjm.v8i2.470>
- Sinuraya, A. C., Iswiyanti, A. S., Wibowo, H. M., & Nengsih, W. (2023). **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc.** *Equilibrium Point : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 107–133.
- Solikhah, L. M., & Aminah, S. (2023). **Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemasaran Viral E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Body Lotion Marina.** *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 1478–1486. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.6702>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). **Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.** *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Surya, E. D. (2021). **Manajemen Merek: Membangun & Mengembangkan Merek (Edisi I).** Medan: CV. Andalan Bintang Ghonim.
- Suwardi, S., & Berliana, R. (2022). **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans.** *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 19–28. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>

- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). ***Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS***. Palangkaraya: Bobby Digital Center.
- Wardhana, A. (2024). ***Consumer Behavior in The Digital Era 4.0 (Edisi Indo)***. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wicaksono, D. A., Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). **Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti**. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 81. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.242>
- Yuliastuti, L. M., & Susila, G. P. A. J. (2021). **Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Marketplace Lazada di Kabupaten Buleleng**. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 22–30. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32639>