

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Al Azahari Azahari, & Lukmanul Hakim. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 553–564. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/article/view/3779/pdf>
- Andini, L., Prameswari, C., & Djaelani, A. K. (2024). ISSN: 2302-7061 Pengaruh E-WOM , Live Streaming Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Di TikTok Email: 22101081040@unisma.ac.id Universitas Islam Malang Abstract Pendahuluan Globalisasi dan teknologi informasi mendorong perub. 14(01), 1355–1365.
- Anggreni, D. (2022). Penerbit STIKes Majapahit Mojokerto buku ajar.
- Ariwangsa, I. G. N. O., Lasmi, N. W., & Darma, I. M. R. A. (2023). Pengaruh E-Wom, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 5(2), 214–222. <https://doi.org/10.35829/econbank.v5i2.317>
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Cahyadi, I. G. N. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada air minum dalam kemasan fotaqua di badung bali. *Values*, 1(4), 152–159. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/1444>
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 4(1), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Fakhruddin&Fiernaningsih. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Lkd Multi Industri Di Kota Batam. *Gastronomia Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Fauziah, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (Uin) 1442 H / 2021 M.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Hayyina, R., Zumrotul, F., & Ritomiea, R. (2025). Pengaruh Content Marketing,

- Brand Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Surabaya. *Jambura Economic Education Journal*, 7(1), 405–419.
- Krisdanto, D., & Arisca, D. A. (2023). *Penjualan Mie Setan Bromo Kota Malang Tahun 2022*. 5(1), 42–50.
- Muda, I., & others. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness dan Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 98–110.
- Muhibin, D. H., & Fitriyah, Z. (2023). The Effect of Price Perception and Electronic Word of Mouth on the Purchase Intention of Spotify Premium Service in Surabaya City. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1605–1618. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i5.5465>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nabilla, S. D., Dermawan, R., & Ariescy, R. R. (2023). The Effect of Customer Experience, Word of Mouth, and Price Perception on Repurchase Intention of Special Fare Train Tickets. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1471–1480. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i5.5390>
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *Sciencetific Journal of Reflect: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>
- Pangestu, J., Rahardja, C., & Anandya, D. (2024). *The Determinants of Customer Satisfaction and the Mediating Role of Brand Image in the Indonesian Fast-Food Industry in Surabaya*. Atlantis Press International BV. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-244-6_44
- Pelayanan, P. K., Produk, K., Grooming, S., Kebersihan, D. A. N., Pelanggan, K., Citra, M., Miniresto, P., Chicken, D., Studi, P., Manajemen, M., Pascasarjana, P., & Tegal, U. P. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, standar grooming dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek pada miniresto dyno chicken*.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prasetio, T. H., Hardilawati, W. L., Akhmad, I., Manajemen, J., & Muhammdiyah, U. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga , E-WOM dan Endorsement*. 4(1), 1338–1349.
- Prayoga, I. K. W., & Yasa, N. N. K. (2023). Electronic Word Of Mouth, Brand Image, dan Purchase Intention. 2023, 22. https://books.google.co.id/books?id=r7G1EAAAQBAJ&pg=PA19&dq=Indikator+ewom&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwiGmLjeiYyDAXUs3TgGHbsiCyoQ6AF6BAGMEA M#v=onepage&q=Indikator ewom&f=false
- Putra, A. P., & Kuswanto, H. (2022). Pengaruh E-Marketing, E-Worm, Dan Promosi Terhadap Brand Awareness Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Beli Jasa Startup (Studi Kasus Grab). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi*

- Dan Kewirausahaan*, 6(1), 211–220.
<https://doi.org/10.29408/jpek.v6i1.5925>
- Rizki, L. N., & Aminah, S. (2024). The Influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Perceived Quality On The Purchasing Decision of Xiaomi Smartphones Among Students At UPN “Veteran” Jawa Timur. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(3), 5791–5803.
- Sani, S. A., Silalahi, P. R., Alkahfi, M. A., & Harahap, A. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Online Trading Berbasis Syari’ah: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1623–1637.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1864>
- Sinulingga. (2021). *Jurnal Ekobistek*. 10(4), 213–220.
<https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i21.114>
- Sulistiyono. (2014). Manajemen pemasaran: Definisi Manajemen Pemasaran. In *Liberty, Yogyakarta*. (Issue July).
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1–14. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Yusup, R., & Nurmahdi, A. (2020). Analisis Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan *Two Way Cake* Claresta Karawang Rendi. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Zahra, A. (2021). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Memilih Presiden Menggunakan Theory of Planned Behavior*. 1(2), 236–251.
<http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/106009>