

DAFTAR PUSTAKA

- Addinna, D., & Rufaidah, P. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Emotional Value Terhadap Brand Trust Studi Pada Pengguna Skin Care Nature Republic. *Manajerial; Journal Upi*, 20(1).
- Ading Rahman Sukmara, Asep Saepul Hidayat, Abdul Rohman, D. A. R. (2025). *Konsep Dasar Marketing*. CV. Harfa Creative.
- Aditya Pandowo. (2023). Dasar Dasar Marketing Bab 3. In Miko Andi Wardana (Ed.), *Dasar-dasar marketing* (pp. 26–35). CV. Intelektual Manifes Media.
- AQUA. (2024). *Mengenal AQUA, Varian Produk, Harga, hingga Cara Membelinya*. Sehat AQUA. Di akses 28 November 2025 <https://www.sehatAQUA.co.id/blog/apa-itu-AQUA/>
- Arzety, A. V., Kurniawan, D., & Husadha, C. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Kemasan Merek AQUA di Tengah Isu Negatif (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2021 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(8), 285–294. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i8.6139>
- Athalla, J. D., & Hermawati, T. (2025). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi Produk Kosmetik di kalangan Followers akun Instagram @Somethincofficial.. *Jurnal Komunikasi Massa*, 18(2).
- Aurellia, D., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi pada Produk Skincare Lokal. *Performa ; Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(1), 93–101.
- Benamen, H., Huwae, V., & Saptanno, S. (2024). The Influence Of Electronic Word Of Mouth And Brand Image On Purchasing Decisions ; The Role Of Brand Trust As A Mediation Variable (Study of Xiaomi Brand Smartphone Users in Dobo City , Aru Islands Regency). *Journal Seaninstitute*, 13(01), 1431–1441.
- BPS. (2024). *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Distribusi Persentase Rumah Tangga Menurut Kabupaten/Kota dan Sumber Air Minum di Provinsi Jawa Timur*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa

Timur Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), BPS-Statistics Jawa Timur Province, National Socio Economic Survey. Di akses 19 februari 2026 <https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/3/>

- Djailani, M. F. (2024). *Usai Temuan BPOM, Galon Guna Ulang AQUA Berbahaya?Suara.Com*. Di akses 28 November 2025 <https://www.suara.com/bisnis/2024/08/16/165019/usai-temuan-bpom-galon-guna-ulang-AQUA-berbahaya>
- Fitria, L., Indayani, L., & Sukmono, R. A. (2024). Streaming Langsung , Komunikasi Elektronik dari Mulut ke Mulut , dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Parfume Mykonos INFO ARTIKEL Salah satu merek parfum yang sedang viral saat ini adalah Mykonos . Mykonos merupakan produk parfu. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 1480–1494.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. aprilia. (2023). *Partialleast Squares Konsep Teknik dan Aplikasi*. Yoga Pratama.
- Hair Jr, J. F., Hult M, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Herawati, D. M., & Imronudin. (2024). Pengaruh Social E-WOM dan Price terhadap Purchase Intention dengan Brand Trust Sebagai Variabel Medasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 4(2).
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.
- Indriani, K., & Arifiansyah, R. (2025). Pengaruh EWOM , Brand Trust , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Subway. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 1945–1951.
- Lombok, E., & Samadi, R. (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.
- Made, N., Apriastuti, D., Putu, N., Anggraini, N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom)

Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 3.

- Maulana, R., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Talang Galvalum pada CV Gita Jaya. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 2, 1–15.
- Mega Yuliasuti, L., & Putu Agus Jana Susila, G. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Marketplace Lazada di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1).
- Muhibin, 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 (IJBA)*, 3(5), 1605–1618.
- Napitu, R., Sinaga, M. H., Munthe, R. N., & Pangihutan, J. W. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Skincare Emina Pada Mahasiswa. *MANAJEMEN : JURNAL EKONOMI USI*, 6(1), 78–94.
- Noviandini, N. P. T., & Yasa, N. N. K. (2021). Peran Brand Trust memediasi pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen traveloka di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 10(11), 1201–1220.
- Pratiwi, V. A., Nugoroho, R. hidayat, Prabowo, B., & Kusumasari, I. (2025). The Influence of Brand Image, Brand Trust, and Brand Awareness on purchase intention: A study on generation Z Users By.U Provider in Surabaya. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 8(3), 11380–11390.
- Rahma, A. A., & Nofrian, F. (2024). Analisis Kecenderungan Konsumsi Menurut Thorstein Veblen Pada Ekonomi Moda Transportasi Publik Mass Rapid Transit (Mrt) Kota Jakarta. *Journal of Development Economic and Digitalization*, 3(2), 81–97.
- Rahmah, R. M., & Supriyono. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6, 161–169.
- Rahmani, R. G., Bursan, R., Ms, M., Wiryawan, D., & Ekombis, U. (2022).

Pengaruh Celebrity Endorsement , Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula). *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10, 431–438.

Rahmawati, F., & Dermawan, R. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Lipstik Pixy Cosmetics di Kota Surabaya). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6, 29

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior* (L. Albelli (ed.)). Pearson Education.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.)). CV Alfabeta.

Utama, A. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Ruang Lingkup* (N. Duniawati (ed.)). CV. Adanu Abimata.

Watulingas, D. P., Jan, A. B. H., & Mandagie, Y. (2022). The Effect Of Brand Image , Brand Trust And Price Towards Maybelline Consumer Purchase Decisions At Booth Mantos 2 Manado. *Jurnal EMBA*, 10(4), 659–670.

Wongkar, Keyri, Lumanaw, Bode, Kawet, R. (n.d.). *Pengaruh Viral Marketing , Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado The Effect Of Viral Marketing , Food Quality And Brand Image On Product*. 11(3), 431–441.