

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, Y. A., & Rastini, N. M. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh *E-WOM* Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5901. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p04>
- Arikunto. Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi Lima. Rineka Cipta. Jakarta.
- Adzkie Syifa dan Corry Yohana, Ryna Parlyna, 2021, Peran *Electronic word of mouth* dan *Brand image* Terhadap Minat Beli Minuman Bubble Tea, *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* Volume 2 No. 2.
- Agatha, Cynthia dan Altje Tumbel, Djurwati Soepeno, 2019, Pengaruh *Brand image* Dan *Electronic word of mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado, *Jurnal EMBA*, Vol.7 No.1.
- Ahmad Hanandeh, Al-Ghadir Hamad, Hanandeh Raed, Al-Hawaidi Maram, 2019, The Impact Of *Electronic word of mouth* On Intention To Travel, *International Journal Of Scientific & Technology Research*, Volume 8, Issue 12,
- Benowati, Silvia Gustina dan Tiurniari Purba, 2020, Pengaruh Citra Merek Dan *Electronic word of mouth* Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Batam, *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, Vol 01. No. 02.
- Djarwanto dan Subagyo. 2016. *Statistik Induktif*. BPFE. Yogyakarta.
- Dilek Bulut & Ibrahim Aydin, 2020, Effect Of Social Media Marketing On *E-WOM*, Brand Loyalty, And Purchase Intent, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 20, No. 20.
- Elvina Nisa, Siti Sarah, 2021, Pengaruh Harga Dan *Electronic word of mouth* (Ewom) Terhadap Minat Beli Emina Kosmetik, *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol. 20, No. 1.
- Ghozali. Imam. 2016. *Analisis Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Hadi, Sutrisno, 2016, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh *Brand image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung The Influence Of *Brand image* To Customer Satisfaction A Case Study Of Zara At Pvj Mall Bandung Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis. *Journal*

Of Management, 3(2), 1949–1955.

- Janah, N. R., & Edi Suswardji. (2021). The effect of *Brand image* and *Electronic word of mouth* on the interests of buying beauty products wardah. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 4, 690–697.
- Kuswibowo Christian dan Aji Kresno Murti, 2021, *Analisis Pengaruh Brand image, Promotion, Dan Electronic word of mouth Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Online Shop*, *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, Vol. 05 No. 01.
- Masdaner Reynanta dan Poppy Ruliana, 2021, *Electronic word of mouth Dan Brand image Dalam Minat Beli Layanan Aplikasi Musik Spotify*, *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 4 No. 2.
- Mohammed T. Nuseir, 2019, The impact of *Electronic word of mouth (E-WOM)* on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries – a case of (UAE), *Journal of Islamic Marketing*.
- Moharrang, A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sim Card Telkomsel ( Studi Pada Pengguna Sim Card Telkomsel di Ampana Kota ) ( Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat ) Alan Moharrang Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat Fa. *Ekonomi Trend*, 07(01), 71–82.
- Mudarifah, S. (2020). Analisis pengaruh *Electronic word of mouth* terhadap minat beli produk kosmetik Maybelline dengan brand trust sebagai variabel mediasi (Studi asus pada pengguna aplikasi online shop Lazada . Co . id). *PRAGMATIS Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 23–31. <http://erepository.uwks.ac.id/id/eprint/485>
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh *Electronic word of mouth (E-WOM)* dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 13–21.
- Sa'ait Noraini and Agnes Kanyan, Mohamad Fitri Nazrin, 2016, The Effect of *E-WOM* on Customer Purchase Intention, *International Academic Research Journal of Social Science*, Vol. 2, No. 1.
- Santoso Devita Agustin dan Rezi. Erdiansyah, Muhammad Adi Pribadi, 2018, Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand image* terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, Vol. 2, No. 2.
- Saputra, S., & Barus, F. M. (2020). Pengaruh *Electronic word of mouth (E-WOM)* Dan Citra Merek Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 1–11.
- Seo, E. J., Park, J. W., & Choi, Y. J. (2020). The effect of social media usage

characteristics on *E-WOM*, trust, and brand equity: Focusing on *users* of airline social media. *Sustainability* (Switzerland), 12(4), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su12041691>

Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>

Tajuddin Uwais Nor Rifhan Ahmad, Lailatul Faizah Abu Hassan, Abdul Kadir Othman, Norfadzilah Abdul Razak, 2020, Electronic Word-of-Mouth (*E-WOM*), *Brand image* and Consumer Purchase Intention on Healthcare Products, *Journal of Accounting Research, Organization and Economics* Vol. 3, (1).

Wardhana Handika Wisnu dan Zakaria Wahab, Muchsin Saggaff Shihab, Yuliani, 2021, Pengaruh *Electronic word of mouth (E-WOM)* Dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *E-Commerce* Zalora dengan *Brand image* Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol XII No 3.

Widyanto, Irfan dan Albetris, 2021, Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan *Electronic word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian), *Jurnal Manajemen dan Sains*, Vol 6. No.1,

Venessa, I., & Arifin, Z. (2015). ( Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.

Yuniar Syavira Arizta dan R. Sugeng Basuki, 2021, Pengaruh Desain Kemasan Dan *Brand image* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Mahasiswi D4 Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang), A B *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 6 No.1.