

DAFTAR PUSTAKA

- Adimuntja, R. (2024). Pengaruh Pemasaran Hijau dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian produk Kosmtik Oriflame (studi Kasus Pada Brand Partner Independen di Oriflame Makassar). *Phinisi Integration Review*, 7(1), 025–030.
- Albab, A. U. (2023). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (E- WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen ShopeeFood di Kota Surabaya)*. Univesitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Alfaysah, M. A., & Hasbiansyah, O. (2022). Program Electronic Word of Mouth di Shopee dengan Minat Beli Konsumen. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 201–205. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1293>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi PratamaInternasional. https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ&hl=id&source=gb_s_navlinks_s
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Erisca, V., & Jalari, M. (2024). Pengaruh Brand Image, Persepsi Kualitas Dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1525–1535.
- Fadillah, M. F., & Yuniati, T. (2024). Perbandingan Hasil Recovery Tools Mobile Forensic Di Smartphone Android Menggunakan Metode National Institute Of Justice (NIJ). *Cyber Security Dan Forensik Digital*, 6(2), 54–61. <https://doi.org/10.14421/csecurity.2023.6.2.4172>
- Fauzi, M. N., & Pratama, M. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Electronic-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(4), 481–489. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i4.492>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, S. T. U. A., Sitorus, A. S. M., & Manalu, S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Xln Store Di Medan. (the Effect of Brand Image, Product Quality and Price on the Purchase Decision of Vivo Smartphone At Xln Store in Medan). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 307–320. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.489>

- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1).
- Idham, E. R., & Suhardi. (2020). Pengaruh Promotion, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembeli Handphone Samsung. *Ekuivalensi: Jurnal Ekonomi Bisnis*, 6(2), 297–311.
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Chennai: Pearson.
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Word Of Mouth, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60.
- Lisa, A. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek (Brand Image), dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh. In *UIN AR-RANIRY* (Vol. 8, Issue 75).
- Luthfi, A. S., Suryoko, S., & Susanta, H. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Lazada (Studi pada Konsumen Lazada di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 793–799. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35791>
- Mahpud, M. S., Muniroh, L., & Maulana, H. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram dan E-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 2(1), 32–44.
- Melinia, F., Mavilinda, H. F., & Rosa, A. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kenangan Cabang Kota Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2), 246–255.
- Mulyana, T. T. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Electronic Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Konsumen Gen Z*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Muslimin, Isalman, & Patulak, L. E. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Selfietera Indonesia.
- Nugraha, J. P., Alifiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Fatima, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.)). Pekalongan: Nasya Expanding Management.

- Nurhasanah, D. P. (2024). *Pengaruh e-Wom, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Skincare The Originote di Jawa Barat*. Universitas Nusa Putra Sukabumi.
- Pattinasarany, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salon Excellence Beauty & Lounge di Surabaya. *Repository Stie Mahardika Surabaya*.
- Pura, M. P., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Promotion Mix Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Perilaku Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 204. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.752>
- Purba, F. A., & Susilowati, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Electronic Word of Mouth, dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 373–386.
- Rahmawati, N., & Arikadi, D. C. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Compas di Madiun). *Simba (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi)*, September.
- Rambling, G. O., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. . (2023). Analisis Brand Image, Brand Trust dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1031–1041.
- Ramenusa, O., & Maxam, A. R. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image , Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa STBM Dua Sudara Bitung). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jekombis)*, 3(1), 130–140.
- Resya, F., Andriyanto, D., Mayasari, F., Wiguna, A. A., & Yuniar, E. (2025). Analisis Pengaruh Loyalty, Persepsi Harga dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 17, 64–79.
- Rohman, M. M., Sinaga, J., Yuliawati, Asmara, A., Musa, T. P. S., Ramadhan, A. R., Yustitia, V., Agit, A., Suhendi, Hidayati, N., Dewi, N. P. S., Sukandi, P., & Saputri, P. S. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In H. Fernanda (Ed.), *PT Penamuda Media* (Cetakan Pe).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Bantul: Penerbit KBM Indonesia.
- Saputra, P., Purwati, Oktanisa, S., Alfitriani, & Herawati, Y. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Teaching and Learning Journal of Mandalika*, 5(2), 454–460.
- Setiawan, I., Mulyati, S., Suryani, Y., Tania Pratiwi, R., Wulandini, S., Putri, A., Ekonomi, P., & Universitas Kuningan, F. (2023). Analisis Persepsi Mahasiswa

- Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Penelitian Pendidikan Ekonomi*, 20(02), 169–177. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Siregar, M. F. A. (2024). *Analisis Electronic Word of Mouth, Personal Selling, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di CV Aneka Teknik Binjai*. Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi Kedua). Bandung: Alfabeta.
- Suryani, N. I., & dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME : Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Susena, I. D. N., Afandi, T. Y., & Arifin, Z. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Brand Image dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian HP Samsung. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri PENGARUH*, 1, 677–683.
- Wahyuningrum, R. D., Ginting, M. B., Ni'amah, K., & Larasati, S. (2024). Analisis Kinerja Jaringan 5G dengan Pengkodean QC-LDPC dan Polar. *ELKOMIKA: Jurnal Teknik Energi Elektrik, Teknik Telekomunikasi, & Teknik Elektronika*, 12(1), 190. <https://doi.org/10.26760/elkomika.v12i1.190>
- Wajdi, F., Seplyana, D., Jastuti, Rumahlewang, E., Fatchiatuzahro, Halisa, N. N., Rusmalinda, S., Kristiana, R., Niam, F., Purwanti, E. W., Melinasari, S., & Kusumaningrum, R. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Widina Media Utama Bandung.
- Yulius, Y., Halim, B., & Saluza, I. (2023). Pelatihan Perancangan Komunikasi Visual Pada Media Sosial Resmi Organisasi Di Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VII Provinsi Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 197–208. <https://doi.org/10.36312/linov.v8i2.1204>