

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SERUM HANASUI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2823-2841.
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The influence of product knowledge, brand image, and brand love on purchase decision through word of mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355-369.
- Septiani, I., Udayana, I., & Hatmanti, L. T. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(1), 42.
- Saputro, B. B. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser, Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Specs Di Kabupaten Kebumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Nurliyanti, N., Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224-232.
- Yuliana, N., & Pamikatsih, T. R. (2023, May). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Iphone Di Solo Raya. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 318-329).
- Ani Fikroh, F. (2023). *PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA SMARTPHONE XIAOMI (STUDI KASUS MAHASISWA UIN PROF. K. H SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO)* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Alvatwa, N. I., Fadilah, M., & Cahyani, P. D. (2021). Citra merk, fitur dan kualitas produk dalam keputusan pembelian smartphone Xiaomi. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 816-825.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh word of mouth dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573-1582.

- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh e-WOM, Pengetahuan Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional di Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 344-358.
- Kabanga, M. S., & Sanam, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian:(Studi Pada Restoran Suka Ramai Kupang). *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(2), 272-280.
- Fuad, M. (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung di Kota Makassar. *repositori. uinalauddin. ac. id*.
- Nafingatunisak, N., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(1), 89-104.
- Heidarzadeh, K., & Khosrozadeh, S. (2011). Evaluation of the effect of country-of-origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions.
- Purnamawati, I. P. S., Putra, I. M. W., & Wahyuni, N. M. (2022). The Effect of Brand Image on Online Purchase Decision with Mediation Word of Mouth on Fashion Products in Denpasar-Bali Province. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 9(1), 90-98.
- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh e-WOM, Pengetahuan Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional di Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 344-358.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.