

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D and Keller.,2000. Brand Utility, Telaah Manajemen, Vol 1, Edisi 2, 2004, Semarang.
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. 2023. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328-340.
- Afkarina, I., Rachma, N., & Ramadhan, T. S. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Quality Product Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Glad2Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FEB Universitas Islam Malang 2020). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2335-2342.
- Amron, Amron. (2018). "The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars." *European Scientific Journal*, ESJ 14 (13): 228.
- Ardianita, A. (2024). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Pada Media Sosial TikTok Di Kota Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Pendekatan. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Babin, Barry. 2015. Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea, *The Journal Of Service Marketing*. Vol 19 No.3 hal 133-139.
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis Faktor-faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional ke-8 APPPTMA*. 1-6.
- Dewi, T. K., Buchdadi, A. D., & Krissanya, N. (2024). Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Purchase Decision

Produk Facetology. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 137-147.

Elhajjar, S. (2023). Factors influencing buying behavior of Lebanese consumers towards fashion brands during economic crisis: A qualitative study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103224.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.

Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific”. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265-282.

Febrianti, D. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT WHITENING* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsmen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Edisi pertama. Yogyakarta:Graha Ilmu.

Gaspersz, Vincent. 2008. The Executive Guide to Implementing Lean Six Sigma. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, J. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Inalisa.

Handayani, K. R., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Skintific. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(3), 206-222.

Hasan, A. 2010. Marketing Dari Mulut Ke Mulut. Media Pressindo. Yogyakarta.

Image on Purchase Decisions. <https://doi.org/10.4108/eai.3-10-2019.2291907>

Istijanto. 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Joesyiana, K. 2018. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shopee Di Pekan Baru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 7185

Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2016): Prinsi-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1
- Lamb, C.W., J.F. Hair., dan M. Carl. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta :Penerbit Salemba empat.
- Liana, Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 129-136.
- Lini, N., Efendi, B., Purwanto, H., & Yudianto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian. *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 3(2), 23-30.
- Ma'ruf, N., Alfalisyado, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, citra merek dan digital marketing terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314-1330.
- Meliantari, D. (2023). *Produk dan Merek (suatu pengantar)*.
- Mukhasanah, S. N. (2023). *Pengaruh Brand Image, Product Quality, Word Of Mouth, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Studi pada Pengguna Ms Glow di Kabupaten Kebumen)* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Mulyaningsih, E. L. (2024). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GLAD2GLOW MOISTURIZER PADA TIKTOK SHOP (Studi Kasus Mahasiswa STIE Sampit Prodi Manajemen). *Surplus: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 252-260.
- Murdapa, P. (2020, February 13). The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand
- Nainggolan, R., & Purba, E. N. (2019). Perbaikan Performa Cluster K-Means Menggunakan Sum Squared Error (SSE) Pada Analisis Online Customer Review Terhadap Produk Toko Online. *Jurnal Times*, 8(2), 1-8.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian skincare MS GLOW. *Jurnal manajemen modal insani dan bisnis (jmmib)*, 2(1), 50-57.

- Norvadewi, N., Sampe, F., Ardianto, R., & Yusuf, M. (2023). The Impact Of Brand Image And Price Online Product Purchase Decisions At Shopee. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 3(01), 336-351.
- Oladepo, Onigbinde I., & Abimbola, Odunlami S. (2015). The Influence of Brand Image and Promotional Mix On Consumer Buying Decision - A Study of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*. United Kingdom : European Centre for Research Training and Development.
- Pamungkas, 2016. Word of mouth Sebagai Efek Respon Positif Dari Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Pembelian Kembali: Studi Kasus Mahasiswa Sebagai Konsumen Yoghurt Activia. Jakarta.
- Pangesti, R. P., & Budiarti, E. (2025). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian The Originote Hyalucera Moisturizer Di Surabaya. *TOMAN: Jurnal Topik Manajemen*, 2(1), 275-292.
- Prasetya, C. H. A., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario Pada PT. Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2).
- Puspasari, M., Afrilliana, N., & Oktariani, O. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *MOTIVASI*, 8(1), 60-67.
- Putri, E. W. K. (2022). *PENGARUH WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Rosiana, Desak Gede. 2011. Pengaruh E-Servqual Terhadap Nilai Pelanggan, Kepuasan dan Word of Mouth Communication Anggota Situs Jejaring Sosial Facebook, Tesis Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Denpasar.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.

- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5, 1172. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>
- Sari, Y. P., & Andriana, A. N. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK MS GLOW: (STUDI PADA KONSUMEN MS GLOW TENGGARONG). *MAHAKAM: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 1-16.
- Sawiani, Dhiraj K. (2021). *Digital Marketing Brand Images*. Surabaya: Scopindo Media pustaka.
- Schiffman dan Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi promosi pemasaran*. Universitas Muhammadiyah Prof. UHAMKA.
- Sopiah, dan Sangadji, Etta Mamang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono (2014) "Teknik Pengumpulan Data," in *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. doi: 10.3354/dao02420
- Sugiyono 2018. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar (4th ed.)*. PT Rineka Cipta: Jakarta.
- Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Erlangga. Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Andi: Yogyakarta.
- Wahyuningrum, D. A. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH DAN BEAUTY VLOGGER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BEDAK PADAT WARDAH DI KEBUMEN* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

- Xue, P., & Jo, W. (2024). Investigating consumer purchase decision based on switching barriers and decision postponement: moderating role of time pressure. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 1681-1698.
- Zed, E. Z., Vaidha, S. N., & Utami, S. A. (2025). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Global Ilmiah*, 2(4)

