

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Penerbit Mitra Utama.
- Afifah, S. N., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Konsumen Smartphone Oppo Di Aan Cell Kaliwungu Kendal). *Jesya*, 6(1), 147–155. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.890>
- Alhikam Pratama, R. S. K. F. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Pekanbaru. *Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 3, 252–264. <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/sneba/article/view/5190>
- Angelina, Y. S., Luh, N., & Sayang, W. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN EKONOMI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA*. 6(3), 359–367.
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Azis, N. U. R. (2022). Pengaruh brand image Iphone dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(9), 149–158.
- Budianti, A. C., & Anjarwati, A. L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Redmi 1S (Studi Pada Pengunjung Wtc Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5, 1–9.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jbma*, 1(1), 61–75.
- Candra, K. dan Yasa, N. (2023). *Event Marketing, E - WOM, Citra Merek terhadap Niat Beli : Konsep dan Aplikasi*. Intelektual Manifes Media.
- Dinda Noer Pratiwi, A. N. A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Series Serum. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(3), 132–140. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3885>
- Efendi, M. I., Richowanto, M., Lestari, D. A., & Farida, S. N. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek KYT di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(3), 207. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i3.490>
- Ela, D. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). In *Cv Budi Utama: Vol. 5 No.* (Issue september). Center of Academic Publishing Service (APS). https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA (Studi Pada*

- Remaja Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 181–191. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.260>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan. Qiara Media.
- Fitria, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965–980. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.480>
- Getrycia, W. D. (2009). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia type Z. *Kinerja*, 9(2).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (. (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Sevice Context. *Canadian International Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Halim, A. C. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Laptop Axioo Pada Masyarakat Kecamatan Neglasari , Kota Tangerang*. 1, 1–11.
- Hendriyani, C., Cecilia Ashari Tanudarma, & Fenny Damayanti. (2023). Analisis Peningkatan Jumlah Nasabah Di PT Valbury Asia Futures Melalui Electronic Word Of Mouth. *Sketsa Bisnis*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.35891/jsb.v10i1.3982>
- Indik Syahrabanu, R. P. (2023). Jurnal dunia pendidikan. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 3(November), 67–78. <http://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/JURDIP/article/view/2083>
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>
- JASMINE, K. (2014). PENGARUH LIFESTYLE, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2021). *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 14(1), 34–44.
- Kamtarin, M. (2012). The effect of electronic word of mouth, trust and perceived value on behavioral intention from the perspective of consumers. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 1(4), 12.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing* Prentice Hal. In *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Issue 2). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.
- Kotler, P. dan Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Andi.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo.

- Kotler, & Keller. (2016). Marketing Manajemen 15 thn Edition. In *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. New Jersey.
- Kotler, P. & G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P. dan A. (2016). (ter. Bob Sabran). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Lestari, U. P., & Putra, A. R. (2022). Brand Switching Behavior on Smartphone Product. *Journal of Science, Technology and Society (SICO)*, 3(2).
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 524–537.
- Maulida, J. H., Waloejo, H. D., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi pada Pengguna Laptop Asus di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 614–621. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35535>
- Nurlaiyla Rahmadhini, & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian Laptop Asus di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 216–224. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i2.66093>
- Pradana, Dhedy. Hudayah, S. dan R. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor*. 14(1), 16–23. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., Adilah, R., Program, M. S., Manajemen, S., Bhayangkara, U., Raya, J., & Penulis, K. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/887>
- Purwanto, E. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Spontan. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4(1), 77–83. <https://doi.org/10.24929/missy.v4i1.2760>
- Rahmadani, A., & Ramli, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus. *Jurnal Pabean.*, 4(2), 231–238. <https://doi.org/10.61141/pabean.v4i2.308>
- Rosnaini, D. (2017). *Citra, Kualitas, Produk dan kepuasan pelanggan*. Global Research.
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 233–247. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1167>
- Samsul Arifin, Didit Darmawan, Jahroni Jahroni, Rafadi Khan Khayru, & Utami Puji Lestari. (2023). Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Pelanggan Dalam Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Terhadap Produk Elektronik Ramah

- Lingkungan. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(4), 172–182. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i4.368>
- Sandi, B. (2017). Pengaruh E-Wom dan costumer experience terhadap keputusan pembelian produk pakaian di situs jual beli online Tokopedia. *Management and Business Review*, 1(2), 106–115. <https://doi.org/10.21067/mbr.v1i2.4766>
- Sari, S., & Dwi Yuliana, G. (2017). Electronic Word of Mouth Melalui Youtube: Studi Terhadap Beauty Vlogger Kosmetik Wardah. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 59–69. www.labana.id,
- Schiffman., & Kanuk, L. (2015). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT. Index Gramedia.
- Somantri, B., & Afrianka, R. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 3(1), 1–10.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Suharyono, Kumadji, S., & Z, S. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 4–8. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/75/16>
- Susmonowati, T., & Khotimah, H. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 197. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.408>
- Sutrisno, H. (2004). *Metodologi Research 2*. Andi Offset.
- Tamaya, D., & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Harga, Dan Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Di Hasan Bakery Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 437–454.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Thurau-Hennig., Gwinner, K.P., Walsh, G., dan Gremier, D, D. (2004). Electronic Word-Of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motives Consumers to Articulate Themselves On The Intenet? *Journal of Interactive Marketing*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran Esensi dan Aplikasi. Yogyakarta : ANDI. In *Penerbit Andi*. Andi.
- Tjiptono. (2008a). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2008b). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3).
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). CV Andi.
- Trenggono, A. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 110.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah*

- Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks Kembangan.
- Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2014). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA DSLR. *Seminar Nasional Dan Call for Paper SANCALL 2014*, 1(3), 12–19.
- Wildan, M., & Wijayanti, S. K. (2024). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS DI TENGGARONG. 7(2), 1–11.
- Zikra, I. Z., & Rahmiati, R. (2023). ... Electronic Word Of Mouth (E-Wom) terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan Produk Kosmetik LT Pro Smooth Corrector Cream Foundation Survei pada *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 950–958. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/5379>

