

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, I. (2017). eWOM, revisit intention, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 220-227.
- Adhila, A. &. (2020). Citra Merek, dan Persepsi Kualitas . *Pengaruh Negara asal, citra merek, dan persepsi kualitas terhadap minat beli sepeda motor Yamaha V-Ixion di kota Yogyakarta*, 181-193.
- Amstrong, K. d. (2008). *Principles of Marketing* . Pearson Education.
- Amstrong, K. d. (2011). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Amstrong, P. K. (2011). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Bakar, A. (2016). *Electronic Word of Mouth: Pengaruh terhadap Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bataineh, A. Q. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*, 126-137.
- Brotojoyo, N. H. (2017). *Strategi Keputusan Pembelian melalui Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Lokasi dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*.
- Celleoni, R. P. (2014). Electronic Word of Mouth Communication and Consumer Behavior. *LSP Journal*, 112-131.
- Deviana, R. (2015). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fristiana, D. A. (2012). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang*. Semarang: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Ghozali. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS (edisi ke-3)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS (edisi ke-4)*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS (edisi ke-5)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS (edisi ke-8)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gladys, S. T., & Sunarti. (2022). Pengaruh celebrity endorser dan eWOM terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 25–33.
- Gujarati. (2012). *Basic Econometrics (5th ed)*. New York: McGraw-Hill.
- Hadi, S. (2001). *Metodologi Research*. Yoyakarta: Andi Offset.
- Hadi, S. (2014). *Statistik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hayuningtias, N. E. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600 ml di Kota Semarang*, 250-256.
- Hennig-Thurau, T. (2013). EWOM. *Electronic word of mouth via consumer opinion platforms*, 38-52.
- Jati, R. &. (2020). Electronic word of mouth dan minat beli pada smartphone iPhone. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 45–54.
- Keller. (2013). *Marketing Management*. Pearson Education .
- Keller, K. &. (2017). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Keller, K. d. (2012). *Marketing Management (14th ed)*. Pearson.
- keller, P. K. (2009). *Marketing Management*. Erlangga.
- Keller, P. K. (2013). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kertamukti. (2015). *Strategi Kreatif dalam pengiklanan (Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran)*. Jakarta: Grafindo.
- Lee, C. &. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer opinion platform. *Decision Support Systems*, 218-225.
- Limakrisna, S. d. (2007). *Perilaku Konsumen dan Strategi pemasran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Murdani. (2016). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Nasution, A. &. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di Kota Langsa. *Journal Manajemen dan Keuangan*, 8-21.
- Nasution, S. A. (2017). Manajemen dan Keuangan. *Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi di kota langsa*, 8-21.
- Neijun, E. K. A. H. (2022). Citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian AMDK Le Minerale. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(6), 45–55.
- Okta, D. K., Indaningrat, K., & Prasetyaningtyas, S. (2021). Pengaruh viral marketing, celebrity endorser, dan brand image terhadap keputusan pembelian di Distro RMBL. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 98–107.
- Olson, J. P. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Olson, P. P. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* . Jakarta: Salemba Empat.
- Qonita, L. &. (2022). The influence of electronic word of mouth on purchase decision for Apple smartphone among college students. . *International Journal of Social Science and Business*, 6(1), 15–22.
- Sandes, F. S. (2013). EWOM. *Journal of International Consumer Marketing*, 181-197.
- Santoso. (2010). *Statistik untuk Penelitian*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Saragih, L. H. (2019). Citra Merek. *Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen NPK Mutiara di UD. Barelang Tani Jaya Batam* , 37-53.
- Sri Rahayu. (2020). Pengaruh harga, kepercayaan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Online*, 8(1), 15–25.
- Sugeng. (2020). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

- Sugiharti. (2012). *Citra Merek. Membangun Citra Merek yang Positif dalam rangka menciptakan Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan*.
- Sugiharto. (2010). *Pengaruh brand image pelanggan kartu Im3 terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianto. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, A. S. (2016). *Citra Merek. Pengaruh produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek specs di kota bekasi*.
- Wood, D. (2012). *Smartphone: Masa Depan Gaya Hidup Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Zusmawati, & Anisyah. (2021). Pengaruh eWOM, kelompok acuan, dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 7(1), 55–63.