

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. S, Nadila, D. L., Anindita, T. A., dan Rosia, R. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol 4(1): 120-136
- Arif, M. 2021. Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa : Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, Vol 1: 111-122
- Arsha, I., dan Rihayana, I. 2022. Pengaruh Brand Image dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Honda UD. Made Ferry Motor. *JIMAK: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 1(2): 238-242
- Ayunita, dan Muskita, S. 2021. Pengaruh Promosi melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian di Kota Sorong. *Jurnal BADATI Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol 4(1): 42-53
- Bilgin, Y. 2018. The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business and Management Studies: An International Journal*, Vol 6(1): 128-148
- Cristimonica, J., dan Setiawan, M. 2021. The Effect of Addressing Attraction, Price Perception and Electronic Word of Mouth (EWOM) on The Purchase Decision of YOU Brand Cosmetics. *JIMUPB: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 10(1): 59-65
- Febriani, N. S., dan Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus*. Malang: UB Press.
- Ghozali, Imam. 2008. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Ghozali, I. Latan, H. 2012. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldsmith, R. 2008. *Electronic-Word-of-Mouth, E-commerce*. Florida : Idea Group Reference Global
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States (US): McGraw-Hill Companies
- Kotler, Philip dan Armstrong. Gary. 2008. *Prinsip prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2016. *Marketing Management* . p.568
- Laela dan Asdarm Muhammad. 2022. *Manajemen Pemasaran Digital*. Pekalongan: Nasya Expanding Management
- Mishra, P., dan Dham, S. O. 2019. *Application of Gaming in New Media Marketing USA* : IGI Global
- Morissan, M.A. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Moslehpour, M., Ismail, T., Purba, B., dan Wong, W. W. 2022. What Makes GO-JEK Go in Indonesia? The Influences of Social Media Marketing Activities on Purchase Intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol 17: 89-103
- Nurjaya, Erlangga, H., Oktarini, R., Sunarsi, D., dan Jasmani. 2021. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana Motor di Wilayah Cianjur. *Jurnal Perkusi: Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia*, Vol 1(1): 291-296
- Peter J. P. dan Olson J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Poltak, H.. 2021. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital)*. Bandung : Media Sains Indonesia

- Praditasetyo, D., dan Saputri, M. 2021. Pengaruh Social Media Marketing melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Shopee Indonesia. *E-Proceeding of Management*, Vol 8(5): 6507-6515
- Putri, B., dan Nasution, O. 2021. Pengaruh E-WOM, Celebrity Endroser, dan Social Media Marketing terhadap Brand Image pada Produk di Instagram. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol 1(3): 240-246
- Randabunga, P., Hidayah, S., dan Indriastuti, H. 2021. The Effect of Electronic Word of Mouth and Sales Promotion on Brand Switching with Brand Image as an Intervening Variabel at Erha Beauty Clinic in Samarinda City. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, Vol 6(4): 102-113
- Rao, Rahmawan. 2011. *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Jakarta Pusat : Media Sains Indonesia
- Salvatore, Dominick. 2005. *Ekonomi Manajerial Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saragih, M.G., Manullang, S. O., dan Hutahaen, J. 2020. *Marketing Era Digital*. Bekasi : Penerbit Andalan
- Sawlani, Dhiraj Kelly. 2021. *Digital Marketing: Brand Image*. Surabaya: Scopindo
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalias Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish
- Siddiqui, M. S., Siddiqui, U. A., Khan, A. M., Alkandi, I. G., Saxena, A. K., dan Siddiqui J. H. 2021. Creating Electronic Word of Mouth Credibility through Social Networking Sites and Determining Its Impact on Brand Image and

Online Purchase Intention in India. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, Vol 16: 1008-1024

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset : Yogyakarta.

Wujarso, Riyanto. 2022. *Digital Marketing*. Padang: Global Eksekutif Teknologi