

DAFTAR PUSTAKA

- Calvin, & Samuel, H. (2014). Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Economic Benefit terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi PT. Sequislife di Surabaya.
- Fakhrudin, A. (2020). Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta. Dalam *Jurnal Manajemen Dirgantara* (Vol. 13, Nomor 1).
- Gede, I., Made, I., (2017). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Unud*. (Vol 6, Nomor 8)
- Gusti, I., Bagus, N., Indra, H., Setiadi, M., & Ekawati, N. W. (2019). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo di Kota Denpasar. 8(1), 7102–7131. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i1.p6>
- Kurnia Novi, F., Ellyawati, J., Studi Manajemen, P., Bisnis dan Ekonomika, F., & Atma Jaya Yogyakarta, U. (2021). Adopsi Informasi, Anteseden dan Pengaruhnya pada Niat Beli: Studi Tentang eWOM di Media Sosial (Vol. 14, Nomor 3).
- Muhammad, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Parfum Jawara Kasturi di Pekanbaru.
- Olivia, F., & Andreani, F. (2018). Faktor-Faktor Dari E-WOM Yang Mempengaruhi Minat Beli Hotel Secara Online pada Masyarakat Surabaya Melalui Online Travel Agent (OTA).
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Food Quality terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1849>
- Rumasukun, M. R., & Mohammad Aldrin Akbar, M. V. K. M. B. Hi. I. A. I. (2022). Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek: Study Pada Samsung Experience Store Jayapura. <http://journal.ildikti9.id/Ekonomika>
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. Gst. A. Kt. Gd. (2019). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>

- Sarah Siti, Ilham Dwi. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Indonesia Membangun*. (Vol. 20 Nomor 1)
- Saraswati, A. R., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Brand Image Mediation of Product Quality and Electronic Word of Mouth on Purchase Decision. *International research journal of management, IT and social sciences*, 9(1), 97–109. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v9n1.2012>
- Umar Al Fikri Humris, M., & Muhammad Sadat, A. (2022). Pengaruh Harga dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Sanitizer Dimediasi oleh Citra Merek Dimasa Pandemi Covid-19 (Vol. 3, Nomor 2).
- Widyawati Dian, D. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image dan Purchase Intention pada Produk Starbuck (Studi pada Pengguna Instagram di Kota Malang) www.halomalang.com

Internet:

Data Pengguna Internet 2022 di Indonesia

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Diakses 3 September 2022

Keluhan Pembeli Produk Mykonos

<https://reviews.femaledaily.com/brands/mykonos>

Diakses 16 Februari 2023