

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianata, A., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Product Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening., *AKUNTABEL : Jurnal Akuntansi dan Keuangan* ISSN : 0216-7743 ( Print ) 2528-1135 ( Online ) Volume . 19 Issue 2 ( 2022 ) Pages 439-447.
- Afrianata, A., Udayana, I.B.M., Maharani, B.D., (2022)., Pengaruh product quality terhadap brand loyalty melalui brand image dan brand trust sebagai variabel intervening., *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan.*, ISSN: 0216-7743 (Print)., 2528-1135 (Online)., Volume. 19 Issue 2., Pages 439-447.
- Agustina, R., Hinggo, H.T., Zaki, H., (2023)., Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo., *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA.*, Vol.2., No. 1., Maret 2023.
- Ardiansa, R., Siregar, S., (2020)., Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi pada Wilayah Kabupaten Subang., *Jurnal Maksipreneur.*, Vol. 12 No. 1 Desember 2022 hal. 100 – 114.
- Aropah, D.Z., Wijayanto, H., Wahyuningsih., D.W., (2022)., Pengaruh E-Wom, Pengetahuan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo., *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management.*, p-ISSN : 2797-9725 | e-ISSN : 2777-0559 Vol. 2 No. 2 Mei - Agustus 2022.
- Badir, M., Andjarwat, A.L., (2020)., The Effect Of Ewom, Ease Of Use And Trust On Purchase Decisions., *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi.*, Vol. 7 No. 1., Juni 2020 : 39-52.
- Bastian, D.A., (2014)., Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia., *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.*, Vol. 2., No. 1., 1-9.
- Charvia, K., Erdiansyah, R., (2020)., Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Experience terhadap Brand Trust (Studi terhadap pengguna OVO di Jakarta)., *Prologia.*, EISSN 2598 – 0777 Vol. 4, No. 2, Oktober 2020, Hal 237 – 244.
- Damayanti, D., Putro, S.D., (2022)., Pengaruh Electronic Service Quality (E-Servqual) Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Shopee., *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha.*, ISSN 2808-1617., Vol.2 No.1., Maret 2022 : 187 – 198.

- Dendeng, E.V., Ellitan, L., Handayani, Y.I., Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Produk Face Wash Merek Wardah Di Surabaya., *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*., Vol. 12 No. 1., Tahun 2023.
- Dewi, N.S., Sudiksa, I.B., (2019)., Peran Kepercayaan Merek Memediasi Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian., *E-Jurnal Manajemen Udayana*., ISSN : 2302-8912., Vol. 8., No. 6., 2019 :3784-3813.
- Edyansyah, T., (2018)., Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Lhokseumawe., *JMI: Jurnal Manajemen dan Inovasi*., Vol. 9., No. 2., Oktober 2018.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., Marticotte, F., (2010)., e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context., *Canadian Journal of Administrative Sciences*., 27: 5–23 (2010).
- Gunawan, D., Pertiwi, A.D., (2022)., Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust., *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*., 8(01)., 2022., 815-824.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., (2010)., *Multivariate Data Analysis: seventh Edition*., United States of America.
- Hamidah, N.S., Hakim, R.J., Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak., *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*., Vol.2, No.3 Maret 2023.
- Harjadi, H.D., Arraniri, I., (2021)., *Experiental Marketing & Kualitas Produk: dalam kepuasan pelanggan generasi milenial*., Cirebon: Penerbit Insania.
- Hidayati, S.N., Rachmawati, E., Muji, T.S., Kharismasyah, A.Y., (2023)., Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian., *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*., ISSN: 0216-7786 (Print)., 2528-1097 (Online)., Volume. 19 Issue 1., Pages 209-222.
- Hu, X., Ha, L., (2015)., Which Form of Word-Of-Mouth is more important to Online Shoppers? A Comparative Study of WOM Use between General Population and College Students., *Journal of Communication and Media Research*., Vol. 7 No. 2., October, 2015.
- Kusumastusi, S., Istiatin., Sudarwati., (2022)., Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Brand Trust, Brand Awareness Dan Word Of Mouth., *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*., ISSN: 1907-3011 (Print)., ISSN: 2528-1127 (Online)., Volume 19 Issue 3., Pages 590-597.

- Kotler, P., Armstrong, G., (2018)., *Principle of Marketing: 17<sup>th</sup> Global edition.*, United States of America: Pearson.
- Kotler, P., Keller, K.L., (2016)., *Marketing Management: 15<sup>th</sup> Global Edition.*, United States of America: Perarson.
- Lukitaningsih, A., Lesatri, F., (2023)., Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone., *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi.*, ISSN: 1411-1713 (Print)., ISSN : 2528-150X (Online)., Volume. 25 Issue 1., Pages 89-96.
- Luthfianto, D., Suprihhadi, H., (2017)., Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea., *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.*, e-ISSN : 2461-0593., Volume 6 Nomor 2.
- Muhson, A., (2006)., Teknik Analisis Kuantitatif., *Jurnal Pendidikan.*, Yogyakarta : Universitas Negeri Yoyakarta.
- Ngatno., (2015)., *Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi Dalam Riset Bisnis.*, Yogyakarta: Farisma Indonesia
- Noor, M.H., Nurlinda, R.A., (2021)., Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone., *Forum Ilmiah.*, Volume 18 Nomor 2., Mei 2021.
- Noviandini, N.P.T., Yasa, N.Y.K., (2021)., Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian., *E-Jurnal Manajemen.*, ISSN : 2302-8912., Vol. 10 No. 11., 2021 : 1201-1220.
- Ode, Y., Hiariey. A.H., (2024)., The Analysis of Psychological Factors on Students' Interest Towards the Independent Campus Internship Program Using Structural Equation Modeling Partial Least Square., *Jurnal Matematika, Statistika, dan Komputasi.*, e-ISSN : 2614-8811., Vol. 20., No. 2., January 2024 : 467-483.
- Oktavenia, K.A.R., Ardani, I.G.A.K.S., (2019)., Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi., *E-Jurnal Manajemen Unud.*, ISSN: 2302-8912., Vol. 8., No. 3., 2019: 1374 – 1400.
- Purnamasari, D., Yulianto, E., (2018)., Analisis Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Dengan Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Variabel Moderator., *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).*, Vol. 54 No. 1 Januari 2018.
- Putri, C.N., Fauzi, T.H., (2023)., The Effect Of E-Wom And Brand Image On Purchasing Decisions Of Automotive Products: Mediating Role Of Brand Trust., *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis.*, ISSN: 2528-5149., EISSN: 2460-7819., Vol. 9 No.3., September 2023.

- Putri, S.A., Safitri, M., Yovita, L., Oktavia, V., (2024)., Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Brand Uniqlo Dengan Brand Image & Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi., *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research.*, E-ISSN 2807-4238., P-ISSN 2807-4246., Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 : 5988-6003.
- Rendy, H., Putro, A.J.W., Gunawan, E.T., (2023)., Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatuadidas Yang Di Mediasi Brand Trust., *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajeme.*, Vol. 12., No. 2 Tahun 2023.
- Rosita, D., Achsa, A., Sijabat, Y.P., (2022)., Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Magelang., *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan).*, P-ISSN 2477-3166, E-ISSN 2656-0771., 7 (3) 2022., 89-104.
- Santy, R.D., Andriani, R., (2023)., Purchase Decision In Terms Of Content Marketing And E-Wom On Social Media., *Journal Of Eastern European And Central Asian Research.*, Vol.10 No.6., 2023.
- Sekaran U., Bougie, R., (2017)., *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi-1.*, Jakarta.
- Sekaran U., Bougie, R., (2021)., *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi-2.*, Jakarta.
- Septiani, S., Prambudi, B., (2021)., Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo., *Journal Of Management (SME's).*, Vol.14., No.2., 2021., p153-168.
- Setyaningsih, D.K., (2020)., Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Hedonis Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani., *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE).*, E-ISSN: 2716-2583., Vol. 1., No. 2., April 2020.
- Sitorus, S.A., Romli, N.A., Tingga, C.P., (2022)., *Brand Marketing: The Art of Branding.*, Bandung: Media Sains Indonesia.
- Suharto., (2016)., Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial Dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan., *DERIVATIF.*, ISSN CETAK 1978 – 6573., ISSN ONLINE., Vol. 10 No. 1., 2477 – 300X.
- Suryana., (2017)., *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta.
- Swandewi, D.A.P., Pratiwi, K.A., (2024)., Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Iclothes Bali., *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata.*, e-ISSN 2774-7085., 4 (No.1): Hal 110-117.
- Syafirah., Mananeke, L., Rotinsuli, J.J., (2017)., Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado., *Jurnal EMBA.*, ISSN 2303-1174., Vol.5 No. 2 Juni 2017., Hal. 245 – 255.

- Syahdiany, G., Trinanda, O., (2019)., Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Customer Experience terhadap Brand Trust Transmart Carrefour Kota Padang., *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha.*, e-ISSN: 2655-6499., Volume 01 Nomor 01.
- Windarti, T., Ibrahim, M., (2017)., Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu., *Jom FISIP.*, Volume 4 No. 2.
- Wulandari, N.M.R., Nurcahya, I.K., (2015)., Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar., *E-Jurnal Manajemen Unud.*, ISSN : 2302-8912., Vol. 4, No. 11., 2015: 3909-3935 .
- Yulianto, M.R., Soesanto, H., (2019)., Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Dan Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian., *Diponegoro Journal of Management.*, ISSN (Online): 2337-3792., Volume 8 Nomor 3., 2019: 1-9.
- Yulindasari, E.R., Fikriyah, K., (2022)., Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee., *Journal of Islamic Economics and Finance Studies.*, ISSN 2723 - 6730 (Print)., ISSN 2723 - 6749 (Online)., Volume 3 No. 1: 55-69.