

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Islam, A., & Rana, N. P. (2021). Social Media Marketing And Brand Image: A Systematic Review And Future Research Agenda. 700–712.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*.
- Arantika, D., Dinari, A., Sari, D. P., Patricia, S., Andani, T., & Suryani, W. (2025). Pengaruh Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopeefood Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Di Jalan Setia Budi. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*.
- Ardiyansyah, & Purnama. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, <https://doi.org/10.30640/Inisiatif.V3i2.2374>
- Damarani, N. F., Widyanto, & Apriatni. (2025). Analisis Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision (Studi Pada Konsumen Emina). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Electronic Of Mouth Pada Platform Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4).
- Dhuaja, I. B. A. I., Sunia, I. W., & Lestari, N. P. N. E. (2026). Pengaruh Customer Experience, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Dan Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Saro Sanur. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*.
- Djaya, T., & Firdausy, C. M. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*.
- El-Shihy, D., & Awaad, S. (2025). Leveraging Social Media For Sustainable Fashion: How Brand And User-Generated Content Influence Gen Z's Purchase Intentions. *Future Business Journal*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/S43093025-00529-3>
- Farhan Adam Ramadhan, & Andi Hidayat Muhmin. (2025). Pengaruh Halal Label Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Melalui Consumer Trust Pada Restoran Cepat Saji Lokal. *Economic Reviews Journal*, 4(4). <https://doi.org/10.56709/Mrj.V4i4.893>

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015) *Partial Least Squares; Konsep, Teknik dan aplikasi SmartPLS Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Deponegoro
- Kiswanto, J., Hursepuny, H., Nanulaita, D., & Melmambessy, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2).
- Lubis, F. Y., Marbun, P., Royani, I., & Siregar, M. Y. (2025). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Tas Merek Charles And Keith Pada Konsumen Kecamatan Medan Johor. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*.
- Fang, G., & Ekawati, S. (2025). Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Pengguna Platform E-Commerce Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07(03), 885–895.
- Maulidya, V. Z., Oetarjo, M., & Yulianto, M. R. (2025). The Influence Of Brand Image, E-Wom, And Customer Rating On Purchase Decisions On Shopee ECommerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(1), 757–766. <https://doi.org/10.37641/jimkes.V13i3.3123>
- Melati, F., Santosa, M., & Muhdiyanto. (2024). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Jiniso Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pengguna Shopee Di Magelang). <https://journal.unimma.ac.id>
- Mondol, E. P., Salman, N. A., Rahid, A. O., & Karim, A. M. (2021). The Effects Of Visual Merchandising On Consumer's Willingness To Purchase In The Fashion Retail Stores. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 11(7). <https://doi.org/10.6007/Ijarbss/V11i7/10469>
- Nadilawati, A. K. F., & Hendratmoko, C. (2025). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Viva Kosmetik Pada Generasi Z. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook Of Market Research* (Pp. 1–47). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8\\_15-2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach*. John Wiley & Sons.
- Shandy, J. H., Ahmadi, Listiana, E., & Fitriana, A. (2025). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Product Quality Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Produk Ortuseight Di Kalimantan Barat). *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*.

- Sinaga, L. N., & Wasiman. (2025). Pengaruh Brand Awareness, Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wedrink Di Kota Batam. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Wafa, I. (2025). 5 Brand Pakaian Lokal Favorit Publik Ri 2025, Dari Erigo Sampai Executive! Goodstats.Id.
- William, R., & Firdausy, C. M. (2025). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Smartphone Xiaomi Di Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(2).
- Wulandari, Hutauruk, & Prasetyaningtyas. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Brand Image Dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 127–137.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Aaker, D. A. (1997). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 345–354. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful online review? A study of customer reviews on Amazon.com. *MIS Quarterly*, 34(1), 185–200. <https://doi.org/10.2307/20721420>
- <https://docs.google.com/forms/d/1BKxoEymPfQKcuzldbVtv7xY4tSiZnSr9QIr4Gobow/edit#responses>

- Reynaldi, R., & Nuvriasari, A. (2024). The Influence of Brand Image and Perceived Value on Purchasing Decisions with Brand Trust as Mediation. *Research Horizon*.
- Samsiyah, S. N., Amalia, N. R., & Regita, N. A. (2022). Pengaruh Idol Kpop Sebagai Brand Ambassador, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *Solusi*, 20(4), 403-413.
- Sintiya, S., & Suzanto, B. (2023). The Influence of Brand Image and Price on Purchase Decision. *Majalah Bisnis & IPTEK*.
- Yonatan, A. (2025). *Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Banyak Diakses di Indonesia 2025*. <https://Goodstats.Id/Article/Shopee-Jadi-e-Commerce-Yang-Paling-Banyak-Diakses-Di-Indonesia-2025-3COz0>.