

DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *Andalas Management Review (AMAR)*, 4(2), 16.
- Viando Alif, H. R., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Brand Vamo di Yogyakarta). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(2), 503–516. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i2.663>
- Ali, Mm., Hariyati, T., Yudestia Pratiwi, M., & Afifah Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Rusyd Kotabumi, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. In *Education Journal.2022* (Vol. 2, Issue 2).
- Amanda, C., Suyono, H., & Diponegoro, A. M. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Dukungan Sosial Menggunakan SEM. *Psyche 165 Journal*, 13(02).
- Majid Amru, A. (2022). *Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen Pakaian Pada E-Commerce di Yogyakarta* (Vol. 01, Issue 03). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Riyadi Annisa, S., Suhud, U., & Usman, O. (2023). *Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image terhadap E-Satisfaction dan E-Loyalty pada Pengguna Tiktok Shop* (Vol. 4, Issue 1).
- Aulia, S. (2023). *Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Image pada Institusi Pendidikan*.
- Azizah, S., Ika, N., Wardhani, K., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Bukalapak DI Surabaya*.
- Barriyah, K., & Suyanto, A. M. A. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pengunjung Toko Online Shopee . co . id Effect Of E-Service Quality On Purchase Intentions Visitors Online Store Shopee . co . id*. 6(1), 321–329.

- Bisnis, E. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen*.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). *Kualitas Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada UMKM Di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Tokopedia)* (Vol. 15, Issue 3).
- Lestari Desi, E., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Februari 2021 EMBISS*, 1(2), 75. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Dhaefina, Z., Pirmansyah, P., & Sanjaya, V. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 43–48.
- Dwi, P., Sari, R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). *Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora)*.
- Damayanti Eka, E., Rizka Arumsari, N., & Muhammad Yasin, R. (2024). *The Influence of Green Marketing, Packaging, and Service Quality on Consumer Loyalty Through Consumer Satisfaction of Es Teh Indonesia (Indonesian Iced Tea) in Kudus*. *KnE Social Sciences*, 9(18), 481–493. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i17.16382>
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. <http://penerbitzaini.com>
- Tjiptono Fandy. (2019). *Service Management: Menuwujudkan Layanan prima*.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Startegy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. UNDIP.
- Hardoyo, S. & W. P. (2017). *Structural Eqution Modeling untuk penelitian manajemen menggunakan AMOS 18.00*. PT. Intermedia Personalia Umum.
- Japariato, E., & Adelia, S. (2020a). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variabel Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>

- Komang Yoga Ade Candra, S. E. , M. M., & Prof. Dr. Nyoman Kerti Yasa, S. E. , M. S. (n.d.). *Event Marketing, E-WOM, Citra Merek Terhadap Niat beli :Konsep dan Aplikasi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. In *PT. Indeks* (12th ed.).
- Kusuma, A., & Wijaya, T. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30–42. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5717>
- Kuswandi Doni, & Adialita Tania. (2024). Pengaruh E-Service Quality Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Aplikasi Blibli Di Kota Bandung. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(2).
- Lestari D, E. , & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Februari 2021 EMBISS*, 1(2), 75. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Luh, N., Widiani, M., Indiani, P., & Wahyuni, N. M. (2019a). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Konsumen Berbelanja Kembali DI Zalora*. 4(2).
- Mahardika, Y., & Jumhur, H. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Tokopedia. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(2).
- Mahira, B. H., Lukitaningsih, A., & Ningrum, N. K. (2022). Analisis Pengaruh Service Quality dan Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Dagadu Djokdja). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1672. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2686>
- Maylista, S., Wijayanto, G., Noviasari, A., Mp Pk, H. J., Manajemen, S. Y., Ekonomi, F., Bisnis, D., Riau, U., Wijayanto, I. G., & Firli Musfar, T. (n.d.). *Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli*. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.01>
- Medinna, G., & Hasbi, I. (2020). *Pengaruh Brand Credibility, Brand Personality, dan Endorsement Beauty Vlogger terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening*. 6(1).
- Munir, S. Al. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Layanan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1024>

- Nita, N., & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 867. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.510>
- Nurdin, S., & Wildiansyah, V. (2021). Peran Mediasi Citra Merek Pada Hubungan Antara Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Oleh Beauty Vlogger Dan Minat Beli Produk Kosmetik. In *Jurnal Sain Manajemen* (Vol. 3, Issue 1). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Nur Fadilah Amin;, Sabaruddin Garancang;, & Kamaluddin Abunawas. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- Omas, P., Kurniawan, M., & Lorensia, F. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Pada Situs E-Commerce (Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak). In 370 | *Prosiding National Seminar on Accounting UKMC* (Vol. 1, Issue 1).
- Pentury, L. V. , Sugianto, M. , & Remiasa, M. ., (2019). Pengaruh E-WOM Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Pada Hotel Bintang Tiga Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 26–35. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.26-36>
- Prasetya, P. & S. W. P. (2020). *Metode Riset Bisnis Structural Equation Modeling Dan Soft System Methodology*. IPB Press.
- Pratama, A., & Azizah, N. (2022). Pengaruh E-WOM, Product Quality, Dan Price Terhadap Brand Image Melalui Perceived Value. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 113–122. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9729>
- Priansa, D. (2020). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* .
- Pristanto Ria Irawan, A. T. (2022). 13148-35778-2-PB. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* , 3(2).
- Putri, D. C., & Adriyanto, A. T. (2023). Pengaruh e-service quality dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli (Studi pada pengguna Shopee di Kota Semarang). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(3).
- Radjab, E. & J. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Riyanto Slamet & Hatmawan A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. CV Budi Utama.

- Rusiana, D., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 410. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1081>
- Sabda, O. C., & Mediti, P. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).
- Sarigih, M. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee di Kota Medan). *Jurnal Mantik Penusa*, 3.
- Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Jakarta (Studi pada Situs Belanja Online Zalora). *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 727–738.
- Schiffman, L. G. & K. L. , L. (2018). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Alih Bahasa: Zoelkifli.
- Sernovitz, A. (2014). *Word Of Mouth Marketing* . New York: Kaplan .
- Siyoto, S. , & S. M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sofyan, M., Rulandari, N., & Sari, Y. (2021). Analisis Proses Keputusan Pembelian Online pada Shopee Mall Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 306–315. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4019>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.). ALFABETA, cv.
- Suryani Tatik. (2017). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Prenamedia Group.
- Tanady, E. S. , & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia DI Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tan, L., & Keni, K. (2020). Prediksi E-Wom dan Subjective Norm terhadap Purchase Intention: Brand Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 765. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9590>

- Whimphie Billyarta, G., & Sudarusman, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy. *Optimal*, 18(1), 41–62.
- Wicaksono, B. S. (2022). *Pengaruh E-Wom Dan Kredibilitas Brand Terhadap Minat Pembelian Dengan Sikap Brand Sebagai Intervening*. 1(3).
- Wijaya, Ni Wayan Cahya Ayu Pratami, Ni Nyoman Muryatini, & I Gede Dharmadi Yasa. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*. 11(1), 190–209. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i01.p10>
- Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2019). *Pengaruh Brand Image E-Commerce terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia)*.
- Wiradireja, R. P., & Susan, M. (2023). *Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Re-Purchase Intentions Di Rexcycle*.
- Wisnu Wardhana, H., Wahab, Z., Saggaff Shihab, M., & Yuliani, Y. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 431–446. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.627>
- Yani, S., Wijayanto, G., Noviasari, A., & Mp Pk, H. J. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Dan E-WOM Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli*. 1(3). <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.01>
- Zeithaml, V. B. M. & D. , GD. (2018). *Services Marketing Seventh Edition*. In *Mc Graw Hill*. United States of America.
- Zulfahmi, A., Rayhan, A., & Ramanda Saputra, A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2), 124–138. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.284>