

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, T., Ellitan, L., & Lukito, R. S. H. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Scarlett- Whitening Di Surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 11(1), 21–29. <https://doi.org/10.33508/jumma.v11i1.3947>
- Amartya, D. (2023). *PENGARUH KEGIATAN PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL , ULASAN ELEKTRONIK DARI MULUT KE MULUT , DAN PENYOKONG MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Scarlett Whitening di Kalangan Generasi Z Kota Semarang)*. 19(2). https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr1QdUMgpJmQWglDTjLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1720906381/R O=10/RU=https%3a%2f%2fejournal.undip.ac.id%2findex.php%2fsmo%2farticle%2fdownload%2f56398%2f24391/RK=2/RS=rmxn1CkR83bfusF78C6yKERGakw-
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Di, S., & Cilegon, K. (2023). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan (JABT) PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE*. 6(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- DJAMALULLAIL, F. M. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Kasus Domino's Pizza Cabang Ciputat)*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57098/1/FARIDA%20MAULIDIYA-FEB.pdf>
- Ghozali, I. (2018). *Book_2018_Ghozali.pdf* (hal. 30). <https://www.scribd.com/document/736971485/653374381-Ghozali-2018>
- Hardi, M., & Jirwanto, H. (2022). *PENGARUH KESELAMATAN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. INTERNUSA TRIBUANA CITRA MULTI FINANCE CABANG MEDAN. Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 3(1), 149–163. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jupiman/article/view/500>
- Herispon, H., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2020). *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Panduan Pengolahan Data Penelitian Menggunakan SPSS 23 Bagi Mahasiswa HERISPON Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru*, 2020. July, 1–45. https://www.researchgate.net/publication/342623438_Modul_Olah_Data_Dengan_SPSS_23
- MPOC, lia dwi jayanti, & Brier, J. (2020). *No PENGARUH MEDIA SOSIAL,*

ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI (Studi pada Toko Poeniko Batik di Pekalongan). Malaysian Palm Oil Council (MPOC), 21(1), 1–9.<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>

- Oleh, D., Puspa Dewi, R., Pendidikan, K., & Dan, R. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN MEDIA KOMUNIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ES TEH INDONESIA (Studi Pada Followers Instagram Es Teh Indonesia)*. https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPo9XKg5JmmKglckDLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1720906827/RO=10/RU=https%3a%2f%2frepository.untidar.ac.id%2findex.php%3fp%3dfstream-pdf%26fid%3d34346%26bid%3d12866/RK=2/RS=t5C4DcOITCQ6G80UEK.YTS3jBEc-
- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). *Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. Forum Ekonomi, 24(2), 422–432.* <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Putri, U. D., & Nopriadi, N. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kata Elektronik Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Produk Kosmetik Emina Cosmetics. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 11(2), 891–899.* <https://doi.org/10.35137/jmbk.v11i2.1070>
- putu agung, anak agung, & Yuesti, A. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1 (Vol. 1).* <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/494/>
- Rania Salsabila, & Aditya Wardhana. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Luxcrime (Studi pada Konsumen Luxcrime di Bandung). JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan) (eISSN: 2614-8854), 6(5), 3678–3689.* <https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Brand-Image-dan-Social-Media-Marketing-di-Salsabila-Wardhana/0ccca3d71b7c0593acc25809794e7f6945034660>
- Ristani, V., & Nurdin, H. (2021). *ANALISIS HARAPAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA SAAT PANDEMI COVID-19. Economy Deposit Journal (E-DJ), 3(1), 52–62.* <https://media.neliti.com/media/publications/373028-analysis-of-customer-expectations-and-tr-2bcffb16.pdf>
- Sugioko, S., & Rani. (2021). *Pengaruh Promosi Jabatan , Penghargaan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada CV . Wan. Prosiding : Ekonomi dan Bisnis, 1(1), 231–243.* https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrKC1jbhJJmPp4j4K7LQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1720907099/RO=1

0/RU=https%3a%2f%2fjurnal.buddhidharma.ac.id%2findex.php%2fpros%2farticle%2fdownload%2f722%2f441%2f1985/RK=2/RS=RD_KW07te8VDRRAc.EXSXEdf58-

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1543971&__cf_chl_rt_tk=Oy8oqJQU5ZIU1sn903Ix8QvG4XU1dOBCr4DvHMFkAUA-1720878366-0.0.1.1-6953

Wardhana, A. (2022). *Brand Image Dan Brand Awareness*. *Brand Marketing: The Art of Branding*, January, 105–116. https://www.researchgate.net/publication/358140468_Brand_Image_dan_Brand_Awareness

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*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>