

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Patricia Gabriella A Syarifah Zalicha, N. D. (2021). OLEH ORANG YANG TINGGAL DI JABODETABEK. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).
- Akhdi Martin Pratama, A. N. K. M. (2021). *Survei MarkPlus: Produk Elektronik Paling Banyak Dibeli Selama Pandemi Covid-19* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul "Survei MarkPlus: Produk Elektronik Paling Banyak Dibeli Selama Pandemi Covid-19".
- Amron, A. (2018). The influence of brand image, brand trust, product quality, and price on the consumer's buying decision of MPV cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
- Ariska, M., Fahru, M., & Kusuma, J. W. (2020). Leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas dan pengaruhnya terhadap tax avoidance pada perusahaan sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2019. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 133-142.
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). Effect of brand image, price, and quality of product on the smartphone purchase decision. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 294-305.
- Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. (n.d.-b). Google Books.
- Diferensiasi Produk- Strategi Apple Menjadi Market Leader* | LAKUUU. (n.d.).
- Djaya, D., Jasfar, F., & Hady, H. (2018). The effect of healthcare service quality, hospital image and experience economic on Worth of Mouththrough BPJS patient PerceptionType B hospital in West Java. *Am Res J Bus Manag*, 4(1), 2379-1047.
- Ermawati, A. (2018). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap purchase decision produk united. *Agora*, 6(2).

- Febrianti, W., & Hasan, R. (2022). Impact of Product Quality and Brand Image Towards Buying Decisions with Buying Interest as Mediation Variable. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (1st ed.). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ghozali, I. (2014). *Struktural equation modeling metode alternatif dengan PLS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0* (2nd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Gunawan, D. G. (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(1), 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). Pearson Education.
- Halim, A. F. (2022). *Krido Eko Cahyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Halim, A. F., & Cahyono, K. E. (2022). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND TRUST DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU BEAR BRAND DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(11)
- Harahap, L. K., & Pd, M. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) dengan SMARTPLS (partial least square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1(1).
- Hossain, Md. Manik & Kabir, Saiful & Rezvi, Rezwanul. (2017). Influence of Word of Mouth on Consumer Buying Decision: Evidence from Bangladesh Market. *International Journal of Business and Management*. 9. 38-45.
- IDN Times. (2021). *8 Keunggulan OPPO dibanding Brand HP Lain, Layanan Juara*.

- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan spss.
- Khanafi, Y. (2021). PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INSTINCT FOOTWEAR KOTA SAMARINDA.
- Kiki Safiri. (2023). *Apple Batal Bangun Pabrik di Indonesia, Ini Penyebab Utamanya*.
- Kundu S, Sundara Rajan CR (2017) Word of Mouth: A Literature Review. *Int J Econ Manag Sci* 6: 467
- Kurniawati et al. (2022). *PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO MELALUI BRAND IMAGE*.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Movanita, A. N. K. (2021, March 4). *Survei MarkPlus: Produk Elektronik Paling Banyak Dibeli Selama Pandemi Covid-19*.
- Novita, F. (2018). *PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA MIO (Studi pada Konsumen yang Membeli Yamaha Mio di PT. Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo)* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 1(2), 269-282.
- Pilipus, R. R., Fikry Aransyah, M., & Bharata, W. (2021). Ritna Rachel Pilipus, Muhammad Fikry Aransyah, Wira Bharata. *JAMBURA*, 4(1).

- Priscilla, G. M. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(4), 106.
- Pura, Mitha & Madiawati, Putu. (2021). PENGARUH PROMOTION MIX DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE DENGAN PERILAKU KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*. 4. 204. 10.35914/jemma.v4i2.752.
- Rahardjo, B. (2013). Analisis faktor untuk mengetahui pengaruh personal selling dan word of mouth terhadap keputusan pembelian suatu studi kasus pada PT. Starmas inti alumunium industry. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 2(1).
- Rahmadhani, S., Nofirda, F. A., & Sulistyandari, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA MEREK APPLE)[THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON BRAND LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE (STUDY ON BRAND APPLE)]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 17(2), 205-222.
- Rahmaniar, A. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image pada Produk The Body Shop di Jabodetabek. Undergraduate thesis, Universitas Pembangunan Jaya.
- Sahputra, A., & Nurlatifah, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude Dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 11-18.
- Sari, N., & Shinta Dhewi, T. (2022). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchase Decisions and Brand Trust as Mediation Variables (Study on iPhone

- Users in Malang City). In *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences* (Vol. 2, Issue 1). <https://ijhess.com/index.php/ijhess/>
- Setyawati, K. E. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA VARIO (STUDI KASUS PADA CV KIRANA MOTORINDO JAYA)*.
- Sulistiawati, L., Guasmin, G., & Raheni, C. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Word Of Mouth (WOM) terhadap Penjualan Daging Sapi Usaha Dagang Pak Kasman Desa Kotapulu Kecamatan Dolo. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(7), 441-449.
- Sunarsih, S., & Ernawati, S. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, VARIASI PRODUK DAN HATGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ES TEH IINDONESIA CABANG BIMA. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(3), 177-184.
- Temaja, G. A., & Yasa, N. N. K. (2019). The Influence of Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention (A study on the potential custimers of Kakiang Garden Cafe Ubud). *International Journal of Business Management and Economic Research*, 10(2), 1552-1560.
- Temaja, G. A., Nyoman, N., & Yasa, K. (2019). *The Influence of Word of Mouth on Brand Imange and Purchase Intention (A study on the potential customers of Kakiang Garden Cafe Ubud)*. www.ijbmer.com
- Tomida, M., & Satrio, B. (2016). *PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FOOTWEAR YONGKI KOMALADI*.
- Ul'fah Hernaeny, M. P. (2021). Populasi Dan Sampel. *Pengantar Statistika*, 1, 33.
- Wu, M. S.-F. (2017). A Study on the Effects of Word-of-Mouth on Brand Trust in Tourism Industry. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(12), 7995-8002.
- Yonatan, A. Z. (2023). *Bukan Samsung, Ini 5 Merk HP yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2023*.