

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. M., & Johansen. (2022). The Effect Of Brand Image And Product Innovation On Purchase Decisions And Consumer Satisfaction Of Kapal Api Coffee In Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 89–107. [Http://Journal.Al-Matani.Com/Index.Php/Invest/Index](http://Journal.Al-Matani.Com/Index.Php/Invest/Index)
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Atsila, R. E., Saroh, S., Krisdianto, D., & Bisnis, J. A. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Online Consumer Review, Dan Integrated Marketing Communication Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ghealshy Shoes). *Jiagabi*, 9(1), 35–42.
- Bank, P. T., Tbk, B., Entitas, D. A. N., Dan, K. A. S., Kas, S., & Tahun, A. (2011). Laporan Keuangan Konsolidasian. *Margin*, 2016(September), 2011. [Http://13.250.245.169/Staging/Wp-Content/Uploads/2021/09/SRTG-Financial-Statement-DEC-2013_Release.Pdf](http://13.250.245.169/Staging/Wp-Content/Uploads/2021/09/SRTG-Financial-Statement-DEC-2013_Release.Pdf)
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Sales Promotion Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi TIX ID (Studi Pada Pengguna Aplikasi TIX ID Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1055–1061. [Https://Forms.Gle/Zehfzkgybyyxlky5](https://Forms.Gle/Zehfzkgybyyxlky5)
- Ekonomi, F., Muhammadiyah, B. U., Kondisi, A., & Metode, K. M. (2022). *Volume . 18 Issue 4 (2022) Pages 826-831 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan Dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian The Influence Of Produk Innovat. 18(4), 826–831.*
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. [Https://Doi.Org/10.20527/Jwm.V7i1.173](https://Doi.Org/10.20527/Jwm.V7i1.173)

- Febriyantia, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jurnal Jempper*, 1(2), 196–206.
- Green, M. C., & Keegan, W. J. (2020). *Edition Global Marketing*.
- Herawati. (2023). 1115-Article Text-2857-1-10-20230123. *Jurnal On Education*, 05(02), 4170–4178.
- I Gusti, N. S. W., Ni Wayan, C. A. P., Ni Nyoman, M., & I Gede, D. Y. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, 11(1), 107–115.
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word Of Mouth , Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202–209.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.41293>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). The Influence Of Promotion, Product Quality And Brand Image Towards Customer Purchase Decisions Of Wardah Cosmetic Products. *International Journal Of Research In Business And Social Science* (2147- 4478), 11(2), 67–73. <https://doi.org/10.20525/Ijrbs.V11i2.1579>
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/Ipteks.V5i1.3024>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan

- Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/Abiwara.V1i2.795>
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia Di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal Of Business*, 4(2), 62. <https://doi.org/10.33365/Tb.V4i2.1335>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Rusmiati, N. N., & Setena, I. M. (2019). *The Effect Of The Word Of Mouth Communication And Product Quality On Purchase Decisions Through The Brand Image Of The Body Shop Products In Denpasar*. 8(08), 49–57.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P07>
- Sari, I., Idris, M., & D, S. (2020). Pengaruh Akun Bisnis Media Sosial Instagram, Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Homemade Di Kota Makassar. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 9(1), 105–122. <https://doi.org/10.37476/Jbk.V9i1.873>
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.36587/Exc.V9i1.1256>
- Syawaluddin, S., Joni, J., & Erwin, E. (2019). Influence Of Social Media Advertising, E-Marketing And Product Quality On The Process Of Purchasing Nature Cosmetics. *International Journal Of Research In Business And Social Science* (2147-4478), 8(5), 316–321. <https://doi.org/10.20525/Ijrbs.V8i5.491>
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak

- Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology And Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>
- Yusuf, A. (2021). The Influence Of Product Innovation And Brand Image On Customer Purchase Decision On Oppo Smartphone Products In South Tangerang City. *Budapest International Research And Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities And Social Sciences*, 4(1), 472–481.
<https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>
- Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba*.
- Lamasi, W. I., & Singgih Santoso. (2022). The Influence Of Promotion, Product Quality And Brand Image Towards Customer Purchase Decisions Of Wardah Cosmetic Products. *International Journal Of Research In Business And Social Science* 11(2)(2022) 67-73.
- Maryana, S., & Berlintina Permatasari. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia Di Bandar Lampung). *Jurnal Technobiz Vol. 4, No. 2, 2021, 62-69. Issn 2722-3566 (Print)*.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*.
- Pratiwi, A. P., Hariyanto Ridwan, & Syarief Ali. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu*. Jakarta.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*.
- Rusmiati, N. N., & I Made Setena. (2019). The Effect Of The Word Of Mouth Communication And Product Quality On Purchase Decisions Through The Brand Image Of The Body Shop Products In Denpasar. *International Journal Of Business And Management Invention (Ijbm) Issn (Online): 2319 – 8028, Issn (Print): 2319 – 801x*.

- Wijaya, I. G., Ni Wayan Cahya Ayu Pratami, Ni Nyoman Muryatini, & I Gede Dharmadi Yasa. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia . *E-Jurnal Manajemen, Vol. 11, No. 1, 2022 : 190-209*.
- Dr. Juliansyah Noor, S. M. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: Pt Grasindo.