

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, R.N., & D. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Honda Beat di Kota Bandung tahun 2017. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(1 ISSN : 2442-5826), 20–33.
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Arif. (2020). Citra Perusahaan , Citra Pemakai , Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 11–18.
- Ariszani, M., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). Pengaruh citra perusahaan terhadap kepercayaan serta dampaknya pada minat beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 1–6.
- Astuti, L. A. (2019). *Pengaruh Online Consumer Review dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening*.  
[http://lib.stieputrabangsa.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=8057&keyword=s=](http://lib.stieputrabangsa.ac.id/index.php?p=show_detail&id=8057&keyword=s=)
- Chakraborty, U., & Bhat, S. (2018). Credibility of online reviews and its impact on brand image. *Management Research Review*, 41(1), 148–164.  
<https://doi.org/10.1108/MRR-06-2017-0173>
- Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi*, 7(1), 87–98.  
<https://doi.org/10.36055/jft.v7i1.3305>
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.

<https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20997>

Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.

<https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>

Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 Dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 1–9.

Hasbi, D. G., & Oktini, D. R. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Fino di Kota Bandung ( Survei pada Mahasiswa Unisba Pengguna Sepeda Motor ). *Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 4, 1313–1319.

Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.  
<https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

Kamila, K. T., Suharyono, & Perwangsa Nuralam, I. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015 / 2016 – 2018 / 2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone ). *Journal Administrasi Bisnis*, 72(1), 202–211.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2855>

Komala, R. D., & Nellyaningsih. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada Pt. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun

2017. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, 3(2), 330–337.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.  
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- Lee, J. E., & Watkins, B. (2016). YouTube vloggers' influence on consumer luxury brand perceptions and intentions. *Journal of Business Research*, 69(12), 5753–5760. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.171>
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, PRODUCT COMPLETENESS, AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS AT JUNI MINIMARKET PEKANBARU. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), ISSN 2527-8223.  
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Maiti, & Bidinger. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mandagi, V., Kalangi, J., & Mukuan, D. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(004), 54–61.  
<https://doi.org/10.35797/jab.6.004.2018.21089.54-61>
- Panji Saputro. (2021). *Pengguna Aktif TikTok*. Inetdetik.Com. inet.detik.com
- Pentury, L. V., Sugianto, M., & Remiasa, M. (2019). PENGARUH e-WOM TERHADAP BRAND IMAGE DAN PURCHASE INTENTION PADA HOTEL BINTANG TIGA DI BALI. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 26–35. <https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.26-35>
- Prihanto, E., Rodhiyah, R., & Ngatno, N. (2015). Pengaruh Atribut Produk Dan Word-of-Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Merek Eiger Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 290–299.

- Putra, T. R. I., Ridwan, & Calvin, M. (2020). How Electronic Word of Mouth (E-Wom) Affects Purchase Intention with Brand Image As A Mediation Variable: Case of Xiaomi Smartphone in Student. *Journal of Physics: Conference Series*, 1500(1), 0–7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1500/1/012094>
- Siti Arbaini Lubis. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PADA PT LOVELY HOLIDAYS TOUR AND TRAVEL CABANG PEMATANGSIANTAR*. 3(1), 31–39.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Syakira, & Moeliono. (2018). Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Freeman Feeling Beautiful Facial Masks. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 4412–4420.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 90–95.
- Widya, C. A., & Riptiono, S. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di 1 Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 76–84. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v1i1.392>