

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T. W., & Hawa, E. F. (2024). Pengaruh E-WOM, Citra Merek, E-Commerce, dan Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 21(1), 19–38. <https://doi.org/10.24002/jik.v21i1.6406>
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ayla, K., Vietrandita, B., Dianita, I. A., & Priastuty, C. W. (2024). *The Influence of E-Wom on Tiktok Accounts of Brand Tenue De Attire on Brand Awareness*. 4(5).
- Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). *Strategi Pemasaran Electronic Word of Mouth pada E-Commerce dalam Menghadapi Era Digital 4.0 di Indonesia*. 17(1), 136–143.
- Bahtiarachim, B., & Vania, A. (2025). Pengaruh Electronic Word of Mouth di Media Sosial Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Saff N Co. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, Issue 4).
- Candra, E., & Chandra, E. (2023). *Kekuatan Algoritma Dalam Komunikasi Pemasaran Digital Aplikasi Tiktok*.
- Desi Lestari, 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>.
- Dheriq, A. (2022). Pengaruh Konten Reels Instagram terhadap Pembentukan Brand Image (Studi Pada Followers Akun Instagram @luxxestudio). *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Devian, A., Patty, P., Rizqi, M., Made, N., & Pratiwi, I. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Tiktok Dalam Membangun Brand Image Rolag Cafe Surabaya 1*.

- Diputri, A. T., & Afriani, A. L. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image PT Hijau Indah Selaras. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 169–187. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.030.03>
- Faaro, M. N. ahda pradana. (2021). *PENGARUH IDENTITAS MEREK, KOMITMEN MEREK*.
- Febrianti, Z., & Ahmadi, M. A. (2024). *Pengaruh Electronic World of Mouth (E-WOM) pada Sosial Media Terhadap Brand Image dan Minat Beli Produk*. 2(1), 1110–1120.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Ed. 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmelia, & Edriani, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dalam Melakukan Jual Beli Online melalui Instagram. *Jurnal Teknologi*, 11(1), 24–27. <https://doi.org/10.35134/jitekin.v11i1.28>
- Junia, Y. I. (2021). *Pengaruh brand awareness, brand image, brand trust terhadap keputusan pembelian pocari sweat*. 5.
- Karini, R. (2019). *Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di Smpn 1 Gunung Sugih Kab*.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (5th ed.). Pearson Education Limited.
- Manurung, K. H., & Julius, santony. (2021). Sistim Pakar Konseling Mata Pelajaran Pilihan UNBK Menggunakan Metode Forward Chaining. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 1(3), 7–11. <https://doi.org/10.35134/jsisfotek.v1i3.2>
- Maria, L., & Santoso, A. B. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membentuk Branding Suatu Coffee Shop*. 2(4).

- Masithah, S. N., & Andriani, M. (2025). Strategi Pemasaran Digital: Dampak eWOM di TikTok terhadap Minat Pembelian Skintific. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(2), 999–1011. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v5i2.1387>
- Oktaviani, B. R., & Estaswara, B. H. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) di Media Sosial Twitter @avoskinbeauty Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 1(1), 10–24. <https://doi.org/10.35814/publish.v1i1.3492>
- Olivia Saputri Frans, S., Angga Dianita, I., Nabila Arifputri, A., Komunikasi, I., & Komunikasi dan Bisnis, F. (2023). Pengaruh E-Wom Pada Akun Tiktok @Somethincofficial Terhadap Brand Image Somethinc. *Aiza Nabila Arifputri INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 3930–3938.
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Percived Quality, & Brand Loyalty*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Pangkey, R. D. H., & Merentek, R. M. (2023). Pengaruh Pelaksanaan Pembelajaran Kurikulum Merdeka Terhadap Minat Belajar PPKn Siswa Kelas IV Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Oktober, 2023*(19), 968–978. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10047899>
- Pratama, F. A., & Nurdiawan, O. (2019). Peningkatan Pemahaman Akuntansi Dengan Menggunakan Software Zahir. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 117. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.2551>
- Ramadhan, S., Rakhmawati, A., Hidayati, H., & Muttaqien, A. (2022). Proses Berpikir Konseptual Siswa Extrovert dan Introvert dalam Memecahkan Masalah Bangun Ruang Sisi Datar. *MATH LOCUS: Jurnal Riset Dan Inovasi Pendidikan Matematika*, 3(1), 10–27. <https://doi.org/10.31002/mathlocus.v3i1.2343>

- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6.
- Setiawan, I. (2025). *Transformasi Digital Marketing dan E-WOM: Analisis Pengaruhnya*. 2(3), 37–43.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. ALFABETA Bandung.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke-27). Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke-5). Bandung: Alfabeta.
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi*. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>.
- 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.
- Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>
<https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>

Intelligentia - Dignitas