

Referensi

- A.S.Wijaya, & N.N.Yulianthini. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Ika Shop di Jembrana. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 7(1), 134–144.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Arafah, R. N., & Subali. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen angkringan cahsaiki bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(3), 361–367. <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i4.1639>
- Astri, A. K., Masyuhur, A. K., & Yuliana, L. (2024). Analisis Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Somethinc. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 1–12.
- Award, T. B. (2025). *Top Brand Award- Ajang Penghargaan Merek Terbaik di Indonesia*. Top Brand Award. https://topbrand-award.com/?utm_source=chatgpt.com
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355–369. <http://maj.unnes.ac.id>
- Basuki, R. (2024). *Generasi “Milenial” Dan Generasi “Kolonial.”* DJKN Kementerian Keuangan. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/generasi-milenial-dan-generasi-kolonial.html>
- Blora, B. pusat statistik kabupaten. (2024). *Bagaimana Presentase Penggunaan Teknologi Informasi Penduduk Kabupaten Blora?* Badan Pusat Statistik Kabupaten Blora. https://blorakab.bps.go.id/id/news/2024/02/13/286/bagaimana-presentase-penggunaan-teknologi-informasi-penduduk-kabupaten-blora-.html?utm_source
- Darmawan, A. D. (2024). *Jumlah Penduduk di Kabupaten Blora Menurut Kategori Kelompok (Data 2024)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/d6eec51a3d8b3d3/18-69-penduduk-kabupaten-blora-masih-anak-anak-update-2024>
- Dewi, T. K., Buchdadi, A. D., & Krissanya, N. (2024). *Pengaruh brand image, word of mouth, dan celebrity endorser Terhadap Purchase Decision Produk Facetology*. 4(1), 137–147.
- Effendi, Z. R., & Sentosa, E. (2022). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , Dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian konsumen pada seikou coffe depok. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 31–38.
- Ena, M. Y., Antonio E. L. Nyoko, & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di chezz cafenet. *Journal of Management*, 10(3), 299–310.
- Erawan, P. Y. P., & K, I. G. N. J. A. W. (2020). Pengaruh brand image terhadap word of mouth yang dimediasi oleh customer satisfaction. *E-Journal Manajemen*, 9(8), 3301–3320.
- Fadhlurrahman, I. (2025). *Proporsi Tingkat Pendidikan Penduduk Blora (Desember 2024)*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/0b2b72b61ee9ef5/3341-ribu-penduduk-blora-berpendidikan-tinggi-pada-akhir-2024?utm_source
- Febriyanti, R., & Rahayu, Y. S. (2024). the Influence of Word of Mouth and Brand Image on

- Purchase Intention With Product Knowledge As a Mediation Variable. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 7(1), 100–110.
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (literatur review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Gloria, F., Jhony, I., Tampi, R. E., Taroreh, H., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86–96.
- Hidayat, A., & Ariffin, K. (2023). *Pengaruh word of mouth (wom) terhadap keputusan pembelian caffe and tea sintesa tanjung tabalong*. 6(2), 763–779.
- Hidayat, R., Rahma, N. A., Erwin, Carles, & Hajar, H. A. (2023). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Warren Store di Kota Palopo. *Jurnal Ilmiah Research Student (JIRS)*, 1(1), 83–89.
- Ila Lestia, Yulaikah, S. A. (2025). The Influence of Word of Mouth and Brand Image on Consumer Purchase Intention at Irma Butique Clothing Store. *Indonesia Economic Jurnal*, 1(2), 1469–1479.
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing , Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202–209.
- Irawan, P. R., Abdillah, A., & Taryanto, T. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 61–68. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/13148>
- Joesyiana Kiki. (2018). Pengaruh Word of Mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop shopee di pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85.
- Jr., J. F. H., M.Hult, G. T., M.Ringle, C., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS SEM)* (Edisi ke-3). SAGE Publication.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(3), 1–22.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management* (5th Editio). Pearson Education.
- Keller, P. K. & K. L. (2022). *Marketing Management* (16th editi). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller., K. L. (2021). *Marketing Management* (16th Editi). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Adi Maulana & M. . Wibi Hardani (eds.); 13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Adi Maulana & M. M. Wibi Hardani (eds.); 13th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15 th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A., Rini Andari, & Caria Ningsih. (2023). Influence of Brand Image on the Word

- of Mouth Which Implicates To Brand Equity Sport Event Sriwijaya Ranau Gran Fondo 2022. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(7), 2879–2892. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i7.5272>
- Melati, R., Yusnita, R. T., & Rahwana, K. A. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Gaya Hidup, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(3), 905–920.
- Mukti, F. O. D., & Isa, M. (2024). The Effect of Digital Marketing, Word of Mouth, Brand Trust and Image on the Purchase Decision. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(4), 1317–1324. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i4.2739>
- Nur Luthfiah Yulia Rahma, & Tri Sudarwanto. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(2), 292–300.
- Nurlatifah, S. Z., & Masykur, R. (2017). Pengaruh strategi pemasaran word of mouth (wom) dan produk embiayaan syariah terhadap minat dan keputusan menjadi anggota (nasabah) pada baitul tamwil muhammadiyah (bmt) kota bandar lampung. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 163–170. <https://doaj.org/article/ea65eba20c7045858878b2aec206fa10>
- Prayoga, I., & Mulyandi, M. rachman. (2020). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada fore coffe. *Jurnal Syntax Transformation*, Vol. 1(2), 136–140.
- Purnamawati, I. . P. S., Wianto Putra, I. M., & Wahyuni, N. M. (2022). The Effect of Brand Image on Online Purchase Decision with Mediation Word of Mouth on Fashion Products in Denpasar-Bali Province. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 9(1), 90–98. <https://doi.org/10.22225/jj.9.1.2022.90-98>
- Purwaningdyah, sri wilujeng sunu. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan food quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 179–185. <https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.535>
- Putri, N., & Roni, S. (2026). *Pengaruh Lokasi , Harga d an Word o f Mouth Terhadap Keputusan Pembelian p ada Pesenjama Coffee Medan*. 06(01), 95–102.
- Putri, R., & Munas, B. (2023). Pengaruh digital marketing dan word of mouth Terhadap keputusan pembelian konsumen dengan Brand image sebagai variabel mediasi (studi pada konsumen wingko babat pak moel di kota semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Putri, S. A., Safitri, M., Yovita, L., & Oktavia, V. (2024). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Brand Uniqlo Dengan Brand Image & Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus : Mahasiswa Feb Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *Journal Of Social Science Research*, 4(1).
- Rana, D. T., Priyono, A. A., & Bastomi, M. (2024). Pengaruh Brand Image, Content Marketing Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Purchase Decision Pada Produk Skincare Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 362–374.
- Reynaldi, & Nuvriasar, A. (2024). The Influence of Brand Image and Perceived Value on Purchasing Decisions with Brand Trust as Mediation. *Research Horizontal*, 04(03), 179–188.
- Rifani, R. A., Aryanti, S., & Syamsuriani, S. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas

- Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Livestream Tiktok Shop). *Amsir Management Journal*, 3(2), 100–114. <https://doi.org/10.56341/amj.v3i2.204>
- Rihayana, I. G., Putra Salain, P. P., Eka Rismawan, P. A., & Mega Antari, N. K. (2021). the Influence of Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 4(06), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>
- Rosmayati Melan. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 05(03), 8126–8137.
- Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 188–204. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.14>
- Sabilla, E. F. N., & Yuliana, L. (2025). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Reputation terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Wardah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 7(1), 29–43.
- Samsu, S.Ag., M.Pd.I., P. . (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Mixed Methods, serta Research & Development* (M. P. . S.Ag, Dr. Rusmini. (ed.)). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Saputra, A. D., Nurohma, A. D., Prahapsiwi, N. A., & Sari, R. E. (2024). Peran citra merek dalam pengambilan keputusan pembelian di waekop koeta gadjahan. *Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling*, 8(1), 1–15.
- 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*, 9(7), 2596–2620.
- Sauqy, M. S., & Ariescy, R. R. (2025). The Influence of Brand Image and Brand Trust on Purchase Decisions of McDonald's in Surabaya. *Golden Ratio of Mapping Idea and Literature Format*, 6(1), 25–32. <https://doi.org/10.52970/grmilf.v6i1.1380>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.
- Siregar, A. P., Tannady, H., Jusman, I. A., Cakranegara, P. A., & Arifin, M. S. (2022). The Role of Product Price and Brand Image on Purchase Decision of Cold Pressed Juice Re Juve Product. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2657–2665. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Solihah, U. A., Suci, R. P., Rahayu, Y. I., & Iswari, H. R. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 667–678. <https://doi.org/10.56689/ekbis.v12i2.1487>
- Solihin, D., & Ahyani. (2022). The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Social Media on Purchase Intention. *Manajemen Ilmiah Bijak*, 19(2), 193–205. <https://doi.org/10.46806/jm.v13i2.1175>
- Sriwahyuni, S., Sumar, H., & Reniati. (2025). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom), Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azarine Di Kota Pangkalpinang. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 3(2), 1–13.
- Suardita, N., Rafik, A., & Sugeng, irwan sukrino. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Jurnal Penelitian*

Ekonomi Dan Bisnis, 3(1), 11–20.

- Sudirjo, F., Priyana, Y., & Permana, R. M. (2023). Pengaruh E-Wom, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Beauty di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 1–10. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.331>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutarjo, & Widiarto, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Zalora Indonesia Dimediasi Word of Mouth. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 10(1), 32–45. <https://doi.org/10.30998/jabe.v10i1.20410>
- Syafe'i, M. (2024). The influence of brand image and word of mouth on purchase decisions at the 3 Second Fashion Store in Palangka Raya City. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen & Bisnis, Akuntansi*, 4(2), 124–137. <https://doi.org/10.52300/jemba.v4i2.15292>
- Syuhada, P. Y., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Positive Word-of-Mouth melalui Brand Love dan Brand Commitment pada Pengguna Tokopedia di DKI Jakarta. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 2(4), 173–190. <https://doi.org/10.34208/ejmtsm.v2i4.1754>
- Utami, R., Fadhilah, M., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchasing Decision Dengan Brand Image Sebagai Varibel Intervening Pada Konsumen Lazada Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 390–404. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.31739>
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1), 24–35. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i2.8760>