

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Miftahorrozi, M., Hendrawan, H., Raharti, R., Nuryana, A., Yuliasuti, H., Verawaty, V., & HM. Rahmayati. (2022). Analisis Peran Pemasaran Melalui Sosial Media, Harga Produk dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Clothing *Online Store*). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 4992–5005.
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal Capital*, 3(1), 118–138.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386.
- Ahdiat, A. (2022, September 6). *10 Provinsi Terpadat di Indonesia*, Jakarta Juara. Databoks.
- Ahmad, M. Y., Savitri, C., & Syifa, P. F. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Paket Berlangganan Netflix (Studi Pada Generasi Z Kabupaten Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5839–5853.
- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 17–27.
- Alfina, D. P., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, Dan Electronic-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Skincare Brand Npure Di Kota Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7736–7746.
- Amanda, D. R., Baidlowi, I., & Kasnowo. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Serta Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lipstik Wardah (Studi Pada Konsumen Lipstik Wardah Di Wilayah Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 1–14.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS TINGKAT PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT KOTA PADANG. *Jurnal Matematika*, 8(1), 179–188.
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Andriani, P., & Heriyanto, M. (2024). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rotte Bakery Cabang Delima. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 318–329.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Anggraini, M., Nursida, H., & Karmani, N. (2022). Pola Perilaku Konsumsi Muslimah Generasi Z Terhadap Produk Trend Fashion (Studi Kasus

- Mahasiswa Uin Imam Bonjol). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 52–64.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26–40.
- Anjaswati, D. P., & Istiyanto, B. (2023). The Effect of Brand Trust, E-wom, and Lifestyle on Purchase Decision Through The Shopee Application in Solo Raya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 51–61.
- Aprilia, R., Komariah, K., & Norisanti, N. (2022). Analysis of The Effect of Brand Trust and Brand Engagement On Brand Loyalty Cosmetic Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 1980–1987.
- Ardani, W. (2022). Komunikasi Word Of Mouth. In M. Silalahi (Ed.), *Komunikasi Pemasaran* (1st ed., pp. 143–156). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Aristayasa, I. K., Mitariani, N. W. E., & Atmajaya, N. P. C. D. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 15(2).
- Arzahwa, F. N. A., Suryani, S., & Priyatno, P. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Memilih Busana Muslimah. *Jurnal EK & BI*, 4(2), 477–487.
- Aulia, V. D., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa ShopeeFood di Kota Palembang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 133–147.
- Aulia, V. D., Sulastri, S., Maulana, A., & Rosa, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Makanan Menggunakan Jasa ShopeeFood di Kota Palembang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 778–787.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Daga, R. (2023). Keputusan Pembelian. In F. Fachrurazi (Ed.), *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran* (1st ed., pp. 59–70). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Delice, A. (2010). The Sampling Issues in Quantitative Research. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 10(4), 2001–2008.
- Dewi, W. A., & Santoso, B. (2023). Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Toko Maezula Jember. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 7(1), 61–68.
- Elmaaty, T., Elsisi, H., Elsayad, G., Elhadad, H., & Plutino, M. (2022). Recent Advances in Functionalization of Cotton Fabrics with Nanotechnology. *MDPI Journal*, 14(20).
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard P. W. (1995). *Consumen Behavior* (8th ed.). The Dryden Press.

- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(1), 176–189.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (1st ed.). CV Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018a). Keputusan Pembelian Konsumen. In D. Novidiantoko & E. R. Fadilah (Eds.), *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed., pp. 24–43). CV Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2018b). Perilaku Konsumen. In D. Novidiantoko & E. R. Fadilah (Eds.), *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed., pp. 1–299). CV Budi Utama.
- Gabriella, P., & Tannady, H. (2019). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru di SMAN 8 Bekasi. *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI)*, 121–124.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (VIII). *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair, J., Joseph, F., Black, W., Babin, Barry, J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition. Person*.
- Hakim, L., Rahayu, I. P., Yayuli, Y., & Ashfahany, A. El. (2023). An Empirical Study on The Influence of Purchase Intention of Generation Z on Muslim Fashion. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 601–615.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44.
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., Wardhana, G. W., & Syamsurizal, S. (2022). Analysis Of The Role Of Social Media Marketing, Product Quality And Brand Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In West Java. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 2024–4032.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Jurnal Metodologi Penelitian*.
- Hidayah, R. T. (2016). Pengaruh Brand Trust Terhadap Niat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Produk Elektronik Pada Situs Jual Beli Lazada. *UNEJ E-Proceeding*, 122–132.
- Irfansyah, M. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(4), 900–909.
- Iskandar, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), 75–89.
- Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*, 5(1), 135–141.
- Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2018-2020*. (2020). Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.
- Junaidi. (2014). Seri Tutorial Analisis Kuantitatif. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi*, 1–4.

- Kartika, M., & Garanrsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, *Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau*. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 9(2), 289–308.
- Kotler, P., Amstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Understanding the Marketplace and Consumer Value. In *Principles of Marketing* (19th ed., pp. 86–192). Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Designing a Customer Value–Driven Strategy and Mix. In *Principles of Marketing* (19th ed., pp. 214–547). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. In B. Sabran (Ed.), *PT Indeks* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (1st ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Analyzing Consumer Markets. In *Marketing Management* (19th ed., Vol. 16e, pp. 78–108). Pearson Education Limited.
- Kristiawan, A., & Keni, K. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. *DeReMa (Development of Research Management)*, 15(2), 244–256.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Kusnawan, A., Athallah, A., & Salma, F. (2022). Reactualization of Dakwah in The Era of The Industrial Revolution 4.0 Through Training in Graphic Design of Dakwah Content. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 16(1), 55–76.
- Mahuda, F. D. (2017). Pengaruh Brand Personality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 151–167.
- Mamondol, M. R. (2020). Proses Dan Paradigma Penelitian. In T. S. Tambunan (Ed.), *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (pp. 19–31). CV. Media Sains Indonesia.
- Mirella, N. N. R., Nurlala, R., Erviana, H., & Farrel, M. H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363.
- Munawaroh, L., Wijayatini, B., & Setianingsih, W. E. (2022). Celebrity Endorser, E-Wom, Dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 374–389.
- Muzdalifah, F., Arifin, R., & Rahman, F. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk UMKM Di Malang Pada Situasi Covid 19 (Studi Kasus Konsumen UMKM Prabujaya Outfit Malang). *Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(12), 15–28.

- Najiyah, F., & Asas, F. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Muslim Rabbani. *Jumansi : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 3(2), 80–86.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli* (2nd ed.). PT. Atalya Rileni Sudeco.
- Natasiah, U., & Syaefulloh, S. (2024). Brand Image, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions of Shopee *E-commerce* Users in Pekanbaru City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 120–134.
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran* (A. S & A. Mahfud, Eds.; 1st ed.). Idea Press Yogyakarta.
- Nofianti, R. (2014). Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gadget. *Jurnal Economia*, 10(2), 194–201.
- Nugraha, J. P. (2021). Konsep Perilaku Konsumen. In A. Jibril (Ed.), *Teori Perilaku Konsumen* (1st ed., Vol. 1, pp. 1–222). PT. Nasya Expanding Management.
- Paul, P. J., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior : Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran* (4th ed.). Erlangga.
- Perdana, R. E., Komariah, K., & Mulia, F. (2020). Analisis Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Ikram Nusa Persada Kota Sukabumi. *Jurnal of Management and Business*, 2(1), 58–69.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104.
- Purnomo, A. A., Yusnita, R. T., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rumah Kayu Bordir & Fashion Tasimalaya. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 1(4), 271–278.
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80.
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 2(1), 77–88.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- Putri, A. K., & Junia, A. A. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop). *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238–8248.
- Rahayu, R. D., & Ningtyas, R. D. (2021). Halal *E-commerce* Pada Sektor Fesyen Muslim Sebagai Upaya Mendorong Pengembangan Industri Halal Di Indonesia. *Journal of Halal Product and Research*, 4(2), 71–77.

- Rahmah, R. M., & Supriyono. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth And Brand Image on Purchase Decision of Sariayu Face Mask. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2352–2359.
- Rahmawaty, P. (2014). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 10(3), 284–294.
- Rasyid, R. A., & Karya, D. F. (2021a). Peran Consumtive Lifestyle, Beauty Clogger, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea. *Media Mahardhika*, 19(2), 269–282.
- Rasyid, R. A., & Karya, D. F. (2021b). Peran Consumtive Lifestyle, Beauty Vlogger, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Korea (Innisfree) Di Surabaya. *Media Komikasi Ekonomi Dan Manajemen*, 19(2).
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (A. H. Zein, Ed.). Deepublish.
- Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2019). Pengaruh E-WOM, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare-Kediri). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 233–246.
- Sakti, R. F., Fadhillah, M., & Susanto, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(1), 176–188.
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Rewiew Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Among Makarti Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 65–76.
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Savira, O., & Ratu, M. K. (2024). Millennial vs Gen Z: Determinan Perilaku Keuangan Pada Generasi Muda. *Innovative*, 4(1), 8519–8530.
- Schiffman, & Kanuk. (2019). *The Effect Of Product Quality, Price And Promotion On The Purchase Decision Of Telkomsel Service Products*. 4(9).
- Shareef, M. A., Kumar, U., & Kumar, V. (2008). Role of different electronic-commerce (EC) quality factors on purchase decision: a developing country perspective. *Journal of Electronic Commerce Research*, 9(2).
- Sitohang, F. C., Sinaga, J. T. G., & Rinendy, J. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Perusahaan JNE Di Ujungbatu Riau. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 5989–6004.

- Sriningsih, M., Hatidja, D., & Prang, J. D. (2018). Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains*, 18(1).
- Subagyo, A. (2020). *Aplikasi Metode Riset: Praktik Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Mix Methods* (N. Saadah, Ed.; 1st ed.). PT. Citra Intrans Selaras.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (19th ed.). Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS.
- Sylvia, D. (2021). Pengajuan Hipotesis. In T. S. Tambunan (Ed.), *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (pp. 81–94). CV. Media Sains Indonesia.
- Tampubolon, R. G. (2021, November 2). *Fashion yang Mempunyai Potensi dalam Industri Kreatif*. Kompasiana.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). Service, Quality dan Customer Satisfaction. *Language*, 20(436).
- Vianitati, P. (2021). Pengumpulan Data. In T. S. Tambunan (Ed.), *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (pp. 1–178). CV. Media Sains Indonesia.
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Konstansius, B. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103–117.
- Yanti, F. Y., Larasati, M., & Perwito, P. (2021). Pengaruh Direct And Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Rajutan Di Cv. Kampoeng Radjoet Binong Bandung Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 323–338.
- Yudi, D. T. N., & Mukhroji, M. (2023). Prinsip Dan Etika Komunikasi Dakwah. *Arkana Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 186–197.
- Yusuf, A. M., Savitri, C., & Fadilla, S. P. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Paket Berlangganan Netflix (Studi Pada Generasi Z Kabupaten Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5839–5853.
- Zakhra, A., Tannady, H., Septiani, R., Yuniwati, I., & Widjaja, W. (2023). Analysis Of The Influence Of Service Quality And Perceived Price On Electronic Product Purchase Decisions. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 539–546.
- Zalfa, K. V., Indayani, L., & Supardi, S. (2024). Analisis Live Streaming, Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Dan Affiliate MarkeAng Terhadap Keputusan Pembelian Produk Trend Fashion Pada Marketplace Shopee(Studi Kasus Pengguna Shopee). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 1291–1305.
- Zanatunnisa, A., Arisman, A., & Barin Barlian,); (2023). *The Effect of Content Marketing and Electronic Word of Mouth (e-wom) on Purchasing Decisions of the Tasikmalaya Regency Transportation Office In Journal of Indonesian Management* (Vol. 3, Issue 3).