

References

- Cahyono, A., Djambhur, H., & Kusumawati, A. (2021). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION ON BRAND SWITCHING. *Business Administration Faculty of Administrative Science Brawijaya University*, 2-9.
- Coursera. (2023, June 16). *The 4 Ps of Marketing: What They Are and How to Use Them*. Diambil kembali dari Coursera.
- Dr. Meiryani, S. A. (2021). Understanding The Coefficient Of Determination In Linear Regression. *Binus University*.
- Drucker, P. F., & Marshall, G. (2018, June 14). *Definitions of Marketing*. Diambil kembali dari American Marketing Association.
- Erika, & Gunawan. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL*, 8.
- Erika, & Gunawan. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL*, 8.
- Handoko, N. T., & Melinda, T. (2021). EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASE. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2-10.
- Hendrayati, H., & P, P. (2018). The 4 Ps of Marketing: What They Are and How to Use Them. *Atlantis Press*, 2-7.
- Hidayati, K. F. (2022, October 25). *Brand Image : Definition, Example, Indicator*. Diambil kembali dari Glints.
- Mulyawan, R. (2019, 3 21). *What is Data Collection Method?* Diambil kembali dari Rifqimulyawan.
- Mulyawan, R. (2023, July 19). *Research Methodology: Definition*. Diambil kembali dari Rifqimulyawan.
- Rabudin. (2018, 4 5). *Population and Sample Definition*. Diambil kembali dari detikpendidikan.
- Ramadhan, D. A. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Minat Beli Tandon Air Marine di Kota Surabaya. *Alkharaj*.
- Rania, D. (2022, May 17). *What is Brand? Deffinition, Example, and Strategy*. Diambil kembali dari Rumahweb.
- Riadi, M. (2023, February 25). *Purchase Intention : Definition, Aspect, and Indicator*. Diambil kembali dari Kajianpustaka.
- Rosdiani, N., & Hidayat, A. (2020). *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 4-13.
- Salmaa. (2022, April 19). *Operational variable* . Diambil kembali dari penerbitdepublish.
- Septyanto, D. (t.thn.). *Variable Measurement*. Diambil kembali dari Esa Unggul University.
- Theresia, & Herlina. (2020). Pengaruh E-WOM Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 10.

Valck, K. D., & Rosario, A. B. (2020). Electronic Word of Mouth: What Marketers Need to Know. *Knowledge HEC*.

Wijaya, S. (2020). Theoretical Framework and Hypothesis Development. *Academia*.

Yonita, & Budiono. (2020). Pengaruh E-WOM Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 10.

Erika, & Gunawan. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL*, 8

Theresia, & Herlina. (2020). Pengaruh E-WOM Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 10.

