

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- A., Morissan M. dkk. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Darmadi Durianto, Sugiarto, T. S. (2014). *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset. Ekuitas dan Prilaku Merek* . Jakarta: Gramedia.
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Tony Sitinjak (2016). *Startegi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Tony Sitinjak (2016). *Startegi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Heizer, Jay and Render Barry, (2015), *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, edisi 11*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong., 2018., *Principle of Marketing, 17e Global Edition*, Pearson Education Limited, New York.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller., 2014., *Manajemen Pemasaran, Edisi Ke13, Jilid 1&2, Alih Bahasa: Bob Sabran*, Erlangga, Jakarta.

JURNAL:

Adji, J., & Samuel, H. (2014). *Pengaruh satisfaction dan trust terhadap minat beli konsumen (purchase intention) di Starbucks the Square Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(1), 1-10.

- Akbar Ariadi, Meina Wulansari Yusniar, Ahmad Rifani. (2020). *Pengaruh brand awareness, brand loyalty, Electronic Word Of Mouth, brand image terhadap Keputusan pembelian konsumen (studi konsumen sepeda motor matic honda scoopy pada dealer honda di Kota Banjarmasin)*. Jurnal Wawasan Manajemen Vol. 7. ISSN2337-5191.
- Asshidin, N. H., Abidin, N., & Borhan, H. B. (2016). *Electronic Word Of Mouth and Emotional Value that Influence Consumer's Purchase Intention Towards American and Local Products*. Elsevier B.V.
- Debora, Y. (2019). *Berapa besar pengaruh ulasan pembeli saat berbelanja Online? Diambil kembali dari tirto.id: <https://tirto.id/berapa-besar-pengaruh-ulasanpembeli-saatberbelanja-Online-b7Gm>*
- Donni Juni Priansa (2016) *Pengaruh E-Wom dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada*. ECODEMICA: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis.
- Gustiani, M. (2019). *Peran Electronic Word Of Mouth Dalam Membangun Citra Destinasi Guna Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Suatu Destinasi Pariwisata*. Competence: Journal of Management Studies, 12(2), 1–14.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc.
- Lamba, B., & Aggarwal, M. (2014). *A Study Influence of e-WOM: Consumer Buying Behavior*. The International Journal of Bussiness & Manajement Vol. 2 Issue 1.
- Lipsmeyer, Lin. (2013). Lin, L. (2013). *Multiple dimensions of multitasking phenomenon*. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 9(1), 37-49. *International Journal of Technology and Human Interaction*. 9. 37-49.

- Nichie Barrigusti. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan harga terhadap Keputusan pembelian sepeda motor honda beat pada PT. Capella Dinamik Nusantara Bangkinang ditinjau dari perspektif ekonomi Islam*. UIN Suska Riau.
- Novita Sari, Muhammad Saputra, Jamaluddin Husein. (2017). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com*. Jurnal Manajemen Magister Darmajaya, Vol 3, No.01.
- P. B. Gumilang, S. Listyorini, and N. Ngatno, "Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang)," Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 11, no. 3, pp. 420-432, Oct. 2022.
- Pipih Sopiyan. (2021). *Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Potter, W James. (2021). *Digital Media Effects*. London: Rowman & Littlefield.
- Pratminingsih, S. A., Astuty, E., & Mardiansyah, V. (2019). The Influence of Electronic Word Of Mouth and Brand Image on Buying Decision. Journal of Adv Research in Dynamical & Control Systems, 11.*
- Rindang Lista Sari, Silvy L. Mandey, Agus Supandi Soegoto. (2014). *Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Rully Mujiastuti. (2019). *Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Swot dan Qspm pada Umkm Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi*. Jurnal Ilmiah Fifo.

- Sahidillah Nurdin, V. W. (2021). *Peran Mediasi Citra Merek Pada Hubungan Antara Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Oleh Beauty Vlogger*. Jurnal Sain Manajemen, 3(1).
- Saleem, A., Ghafar, A., Ibrahim, M., Yousuf, M., & Ahmed, N. (2015). *Product Electronic Word Of Mouth and purchase intention with consumer satisfaction*. Global journal of management and business research 15(1), 21-28.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: IKAPI
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tatik Suryani, 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Wang, Ya Hui, Lee dan Chien, Cheng, 2016, *Does Winning an Award Matter to Brand Trust and Purchase Intention?* Journal of Business & Economic Policy, vol. 3 (1), hal. 78 – 81.
- Wicaksono, Mohammad P. A., and Ni K. Seminari. "Pengaruh Iklan dan Word of mouth terhadap Brand Awareness Traveloka." E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, vol. 5, no. 8, 2016.
- Widagdo, B., & Saputri, M. E. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Media Sosial Twitter Pada Chatime Indonesia*. 4(3), 187–192. <https://doi.org/10.33510/slki.2019.187-192>.

Wijaya, Tommi., Eristia Lidia Paramita. 2014. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR*. *Jurnal Marketing* 2014.