

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*.
- Ahmad Farki, I. B. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5.
- Akdon, R. d. (2015). *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistik Cet-6*. Bandung: Alfabeta.
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Amstrong, K. d. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaan*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Ananda, W. (2016). *The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews By Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase Intention By Undergraduate Students in Indonesia*. International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. (B. Nasution, Ed.) PT Inovasi Pratama Internasional.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Atma Fadna Rinaja, I. B. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word Of Mouth and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Banjarnahor, A. R. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Data Perguruan tinggi Kota Tasikmalaya*. (2019). Retrieved September 11, 2023, from Tasikmalaya.go.id: <https://www.portal.tasikmalayakota.go.id/index.php/q/perguruan>
- Dellacoras. (2003). *The Digitization Of World Of Mouth: Promise And Challenges Of Online Feedback Mechanism*. Manajemen Science.
- Dick, A. D. (2000). Memory Based Inference during Cunsumer Choice. *Journal of Consumer Research*.
- Doni Hariadi, S. M. (n.d.). Pengaruh produk harga, Promosi dan distribusi terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen pada Produk Proyektor Microsovian. *Jurnal Ilmu dan Manajemen*, 1(2), 74.
- Fadillah, M. Z. (2019). Pengaruh Pengetahuan Merek, Asosiasi Merek dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Sepatu Vans di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7.
- Ginting, H. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.

- Hartanto, B. I. (2022). *Minat Beli Di Market Place Shopee*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hartimbul, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cv. Yrama Widya.
- Hendryadi, S. a. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* . Jakarta: Prenamedia Grup.
- Hennig-Thurau, T. (2018). *Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?* Journal of Interactive Marketing.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 6.
- Indonesia, D. A. (2011). *Al-Quran Dan Terjemahnya*. Jakarta: Lestari Books. Retrieved from Kementrian Agama RI.
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafiti.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mia Adisty Amin, L. R. (2020). Pengaruh Label Halal,Citra Merek, Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika*, 161.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsume Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muflih, M. (2009). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nanik. (2015). Pengaruh Gaya kepemimpinan Transformasional Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM). *Jurnal Teknik Industri*, 3.
- Ni Kadek Lendri Pebriyanti, P. S. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 2.
- Novak, H. (2003). Measuring The Customer Experience in Online Environments. *A Structural Modeling Approach*.
- Nugroho, J. S. (2003). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* . Jakarta: Pranada Media Grup .
- Nur Aziz Sugiharto, N. N. (2021). Pengaruh Reputasi Dan Online Customer Review terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Pengunjung Tokopedia). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 11.

- Nur Fitria Febriyanti, R. D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Phillip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Rita, K. H. (2013). *Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Foursquare: The New Social Media*. Jakarta: Binus Bussines Review.
- Sahroni, O. (2019). *Fikih Muamalah kontemporer : Membahas Ekonomi Kekinian* (Vol. 16). Jakarta: Republika Penerbit.
- Sanusi, A. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Skripsi Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks.
- Sernovitz, A. (2012). *World of Mouth Marketing*. Greenleaf Book Group Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, S. A. (2018). *NEW Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jawa Timur: CV Pustaka Abadi.
- Sumar'in. (2013). *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syahrir. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Tasikmalaya, B. P. (2022). Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Agama Yang Di Anut Di Kota Tasikmalaya. Retrieved September 12, 2023, from <https://data.tasikmalayakota.go.id/dinas-kependudukan-dan-pencatatan-sipil/jumlah-penduduk-berdasarkan-agama-dan-kecamatan/>.
- Usman, E. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Walker, B. L. (1997). *Manajemen Pemasaran*. (I. Nurmawan, Trans.) Jakarta: Erlangga.

- Waluyo, M. (2016). *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*. Jawa Timur : UPN Veteran.
- Wulansari, A. (2013). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ilmu Manajemen*.