

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

Abas,B. & Meyzi,H.2017. *Pengaruh Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova (Survey Konsumen Pada Dealer PT. Agung Automall Cabang Sutomo Pekanbaru)*. Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. JOM FISIP Vol. 4 No. 2.

Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.

Adeliasari., Vina,I. & Sienny, T.2014. *Electronic Word of Mouth (e-WOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya*. Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia, Vol 2, No 2 (2014).

Annisa Mayga,A. & Dr.Toni Wijaya, M.M.2016 *Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat di Yogyakarta)*. Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Astri Nurhidayah.,Yuliniar.,Dewi Cahyani,P.2021. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan E-Wallet Gopay*. Prosiding Biema. *Business Management, Economics, and Accounting National Seminar* . Volume 2, Hal. 942-955

Akhmad.I.S., Riko.M.& Albetris.2021. *The Influence of Brand Image, Trust, Electronic Word of Mouth On Consumer Loyalty of Jambi Typical Souvenirs (Outlet Temphoyac)* Fakultas ekonomi Universitas Batanghari Jambi. *Journal of Economics and Business*, 5(2).

Basu Swastha Dharmmesta. 2014. *Manajemen Pemasaran*. BPFE : Yogyakarta

Cheung, Christy M.K and Dimple R. Thadani. 2010. *The Effectiveness of Electronic Word Of Mouth Communication; A Literature Analysis. Implications for the Individual, Enterprises and Society*.

- Cynthia Agatha., Altje Tumbel., Djurwati Soepeno.2019. *Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame di Manado*. Jurnal EMBA. Vol.7 No.1 Januari 2019. Hal. 131- 140.
- Dharma, Robby. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang*. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi. Vol.6, No.2.
- Eka.P. & Trisna.W., 2018. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Lazada Di Wilayah Bandung Timur)*. Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STEMBI. Jurnal INTEKNA, Volume 18, No. 2.
- Erkan,I. dan Evans, C. 2016. The Influence of Ewom in Social Media on Consumers Purchase Intensions: An Extended Approach to Information Adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, pp. 47-55
- Ferlina Wirianti, Effy Zalfiana Rusfian. 2017. *Electronic Word Of Mouth Communication Analysis on Visition Decision Making Proses Using AISAS Model on Instagram Users: Study on Visit Decision to Japan*
- Firmansyah, Anang. 2019, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media
- Goyette, I, Richard, L, Bergeron, J & Marticotte, F.2010. e-WOM scale word of mouth measurement scale. For E-services content, *Canadian Journal of Administrative Scienes*, 27(I), 5-23.
- Griffin Jill, 2005, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga
- Ichsan Widi Utomo.,2017. *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)*. Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 1, Maret 2017
- Manullang., M. Esterlina Hutabarat, 2016. *Manajemen Pemasaran*.Yogyakarta : Indomedia Pustaka.
- McKnight et al., 2002. *The Impact of Initial Consumer Trust on Intension to Transact with a Website: A Trusting Building Model*. Jurnal sistem strategi

informasi 11

Muhammad Aries. F., & Asnawati., 2017. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis. Volume 1, Mei 2017.

Mutawakkil, F. (2017). *MANAJEMEN GALERI ALTERNATIF OMNISPACE: Studi Kasus Fungsi Manajemen Teori George R Terry* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.

Park, C., & Lee, T. M. (2009). *Information direction, website reputation and eWOM effect: A moderating role of product type*. *Journal of Business Research*, 62(1), 61-67. Doi: 10.1016/j.jbusres.2007.11.017

Rokhim, A. (2019). *Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan Public Relations Terhadap Keputusan Menabung Di Pt. Bpr Sentral Arta Asia Lumajang*.

Sahla, H., Sayuti, M., Syahputra, R., & Arif, A. (2019). *Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *Jurnal Pionir*, 5(2).

Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). *Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com*. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.

Skripsi:

Fitri.Y.,2018. *Pengaruh Dimensi Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.Fakultas Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Latifah.N.,2020. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Pada Minat Beli Pelanggan Di Situs Social Commerce Media Sosial Instagram*. Fakultas Sains Dan Teknologi. Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.

Manalu. B., 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Komunikasi dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Fakultas Ekonomi. Universitas Darma Persada, Jakarta.

Safakiatun.S.,2021. *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Trust Dan Keputusan Menggunakan Aplikasi Halodoc*. Departemen Manajemen,Fakultas Ekonomi Dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.

Silvi.K.,2020. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Dan Emosi Terhadap Perilaku Knowledge Sharing Isu Food Waste Dengan Model Aisas*.Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor.

Suryani dan Rosalina. 2019. *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderating*.

