

DAFTAR RUJUKAN

- Anggitasari, Annisa Magya. 2016. *Pengaruh eWOM Terhadap Brand Image dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli*, (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta).
- Arikunto, Suharsemi. 2010. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Budaya Perusahaan Bank mandiri, Diakses pada tanggal 13 November 2020 dari <http://www.mandiri.co.id/tentang-kami/budayaperusahaan>.
- Daulay, Aqwa Naser. M Lathief Ilhamy Nasution. 2016. *Manajemen Perbankan (Pemasaran Bank)*, Medan: FEBI UINSU PRESS.
- Doddy, Ariefianto Moch. 2012. *Ekonometrika Esensi dan Aplikasi*, Jakarta: Erlangga.
- Faza, Muhammmad Aqsath. 2018. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek*, (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta).
- Goyette. 2010. et.al, *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*, *Journal of administrative Sciences*.
- Harisman, Agung. 2018. *Pengaruh e-WOM dalam Membangun Brand Image dan Purchase Intention pada Produk Bank Mandiri* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif hidayatullah Jakarta).
- Guntara, Dwiky, Muhammad Irwan Padli Nasution, 2020, *Implementasi Metode Economic Order Quantity Pada Aplikasi Pengendalian Bahan Produksi Sandal*. *Mirado, Jurnal Teknik Informatika*, vol 13, no: 1 pp.31- 42.
- Inda, T. I. F. R. (2021). *Performa modal Bank Syariah di tengah pandemi covid-19*. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 142-159.
- Johnson, M. D. (2010). *Consumer Behavior and Purchase Intentions: An Integrated Marketing Communications Perspective*. *Journal of Advertising Research*, 50(4), 445-454.
- Kotler, Philip. 1991. *Manajemen Pemasaran Edisi ke-6 Jilid I*, Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan AB susanto. 2000. *Manajemen pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip.Kevin Lane Keller. 2007 *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid I*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip.Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid II*, Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, Nandan. Togin Parulian Purba.2017 *Manajemen Pemasaran,;teori dan aplikasi dalam bisnis, Edisi 2*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Muljono, Ryan Kristo. 2018. *Digital Marketing Concept Penggunaan Konsep Dasar Digital Marketing untuk Membuat Perubahan Besar*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Muslikah, Lina. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Nilai Nasabah Terhadap Word of Mouth dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (studi kasus Pada BNI Kantor Cabang Yogyakarta)*, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga).
- Nasution, Muhammad Irwan Padli, 2012, *Sistem Informasi Pengontrolan Mutu Produk Pada PT SC Johnson Manufacturing Medan*, Seminar Nasional Informatika 2012 (SNIf-2012).
- Nasution, Muhammad Irwan Padli, 2014, *Keunggulan Kompetitif dengan Teknologi Informasi. Jurnal Elektronik. Jurnal Electronik*.
- Nguyen, H. M. T. (2018). *The Impact of Electronic Word-of-Mouth Communications on Customer Purchase Intention: The Mediating Role of Customer Trust. International Journal of Online Marketing*, 8(4), 1-17.
- Noor, Juliansyah. 2011.*Metode Penelitian*, Jakarta: Kencana.
- Nurbaiti. 2019.*Sistem Informasi Keuangan / Perbankan*, (Medan, FEBI UINSU PRESS).
- Pratomo. Yudha. 2019, *APJII : Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*, diakses 16 Mei 2019 | 03:26 WIB, <https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>. Q.S. Shad (38): 24.

- Putera, A. P., & SH, M. (2020). *Hukum Perbankan: Analisis Mengenai Prinsip, Produk, Risiko Dan Manajemen Risiko Dalam Perbankan*. Scopindo Media Pustaka.
- Rahayu, Fatik. 2017. *Peran customer involvement dan corporate image dalam hubungan e-WOM dengan purchase intention* (Jurnal Manajemen Teori dan terapan Tahun 10.No. 1, April).
- Rahma, Farida. 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Ichi Sushi GKB Gresik* (Skripsi Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Rahmani, Nur Ahmadi Bi. 2016. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan, FEBI UINSU PRESS.
- Riduwan dan H.Sunarto. 2014. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Riyanti, Ananta. 2017. *“Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention”* (Skripsi Universitas Muhammadiyah Purworejo).
- Sari, N. K. A. Y., & Rastini, N. M. (2022). *Pengaruh E-WOM, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Niat Beli Kembali: Studi Pada Pelanggan Situs Shopee*. *E-Jurnal Manajemen*, 11(4), 635-657.
- Sejarah Bank Mandiri, Diakses pada tanggal 13 November 2020 dari [Http://www.mandiri.cp.id/tentang-kami/sejarah](http://www.mandiri.cp.id/tentang-kami/sejarah).
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana.
- Sitanggang, Laurensius Marshall Sautlan. *Alhamdulillah, usai 28 tahun akhirnya pangsa pasar perbankan tembus 6%*.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sukiati. 2016. *Metodologi Penelitian*, Medan: Perdana Publishing.
- Sukri Helmi Nst Mhd, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada CV. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu*, (Artikel Ilmiah,

Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian tahun 2015).

Twinarutami, Arientia. Tuti Hermiati. 2013. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Kepercayaan Merek Pada Media Sosial di Kalangan Mahasiswi (Studi Pada PROduk Body Lotion Nivea)*, Program Studi Administrasi Niaga, FISIP.

Umar.Husein. 2003,. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
Visi Misi Bank mandiri, Diakses pada tanggal 13 November 2020 dari [Http://www.mandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi](http://www.mandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi)

Wiratmini. Ni PutuEka. 2019. *Laba Bersih Bank Mandiri Melonjak 110,67%* | 10.50 WIB dari <http://m.bisnis.com/amp/read/20200217/90/1202267/2019-laba-bersih-bank-mandiri-melonjak-11067-persen>.

Yunitasari, Fitri. 2018. *Pengaruh Dimensi Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Keputusan Pembelian di Market Place dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Skripsi, Universitas Negeri Raden Intan Lampung).9

Xie, H., & Bagozzi, R. P. (2019). *Understanding consumer responses to e-WOM: An integration of theoretical perspectives. Electronic Commerce Research and Applications*, 35, 100841. doi:10.1016/j.elerap.2019.100841.

