

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David. A. 1991. *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Amin, Amirudin M dan Yanti, Rafiqah Fitri. 2021. Pengaruh *Brand Ambassador*, E-WOM, Gaya Hidup, *Country of Origin* dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic, *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Volume 2, Nomor 1 (halaman 1-14).
- Chanaya, Nadia dan Sahetapy, Wilma Laura. 2020. Pengaruh *Brand Experience* Dan *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Wedding Organizer Perfect Moment, AGORA, Volume 8, Nomor 1 (halaman 1-6).
- Davidson, William. R, et. al. 2010. "Retailing Management. Edisi Keenam. New York: John Willey & Sons".
- Djimantoro, J., & Gunawan, V. C. 2020. Pengaruh E-Wom, Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kakkk Ayam Geprek. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Volume 10, Nomor 10 (halaman 187-196).
- Ferdinad, Agusti. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Di Ponegoro.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: CV Budi Utama
- Goldsmith, R. 2008. *Electronic Word-ofMouth: E-commerce*. Florida: Idea Group Reference Global.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Di Ponegoro.
- Gifani, A. and Syahputra, S., 2017. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis Dan IPTEK*, Volume 10, Nomor 2, ISSN: 2502-1559.
- Gruen,T.W et al .2006. e-WOM: The Impact of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange on Customer Value And Loyalty. *Journal of Business Research*. Vol 59, No 4.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi Kesebelas*. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, et.al. 2010. *From Product to Customers to The Human Spirit Marketing 3.0*. New Jersey: John Wiley & Sonc, Inc.

- Kotler, P., & Gary Armstrong. 2006. *Principles of Marketing*. New jersey: Pearson Education.
- _____ & Gary Armstrong. 2008. *Principles of Marketing*. New jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Ketiga Belas Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran jilid 2*. Edisi Ketiga belas Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Laroche, M., Babin, B.J., Lee, Y.K., Kim, E.J. and Griffin, M., 2005. *Modeling consumer satisfaction and word- of- mouth: restaurant patronage in Korea*. *Journal of Services Marketing*.
- Mutiara dan Madiawati, Putu Nina. 2019. Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel. *e-Proceeding of Management*, volume 6, Nomor 1 (Halaman 1099-1106), ISSN: 2355-9357.
- Prayitno, B.B., 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 8, Nomor 2, e-ISSN: 2461-0593.
- Rahmadhani, Ritma dan Prihatini, Apriatni Endang. 2018. Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Sosial dan Politik*, halaman 1-6.
- Rakic, Beba dan Mira Rikac. 2018. From Word of Mouth Marketing to Word of Mouth in the Traditional and Digital Media. *Jurnal Tourism in the Era of Digital Transformation*
- Ruhamak, Muhammad Dian dan Rahmadi, Afif Nur. 2019. "Pengaruh E-WOM, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri)." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Volume 7, Nomor 2 (halaman 233-246), P-ISSN: 2442-3718, E-ISSN: 2477-5533.
- Rupayana, I Kadek, Suartini, I Wayan, dan Mashyuni, IA. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar." *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, dan Pariwisata*, Volume 1, Nomor 1 (halaman 233-247), e-ISSN.
- Sayekti, N.W., 2018. "Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia". *Info Singkat*, Volume 5, Nomor 4 (halaman 19-24).
- Schiffman, L dan Kanuk, L. 2007. *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, PT. Index: Jakarta.

- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Tangerang: ANDI
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practise. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. PT. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Supangkat, A.H., 2017. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 6, Nomor 9, e-ISSN: 2461-0593.
- Susanto, A.B dan Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Publika.
- Thurau, Hennig et al (2004). Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themself on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*. 18 (Winter) : 38-52.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi keempat*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI

