

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition" , England : Pearson Education, Inc.
- C, K, Laudon., Traver. (2017). *E-Commerce 2014*, 10th Edition. Pearson.
- Gunawan, Heri. 2017. *Pendidikan Karakter Konsep dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- Handika, dkk. 2018. Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Instagram. *Undiknas Graduate School*. Vol 15 No.2 Mei 2018.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong. 2017. *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2019. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Linardo. (2018). *Marketing Syariah*. E-book. Cikutanews.
- Satrianny, I. P. (2021). Pengaruh Pernyataan Harga Diskon Terhadap Perilaku Konsumen Di Mestika Sport Centre. *Jurnal Bikom*, 4(1), 12-12.
- Schifa, dkk. 2018. Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Instagram. *Undiknas Graduate School*. Vol 15 No.2 Mei 2018.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition* . England: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sofar Silaen. 2018. *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bogor: IN MEDIA..
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Perpajakan Indonesia: Edisi 3*. Jakarta : PT. Indeks.

Jurnal

- A, Nurul Fatmawati. 2017. "Kualitas Produk , Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic ' Honda .'" (1):1–20.
- Abid-Elaziz, W. M. Aziz, and G. S. Khalifa. 2015. "Determinants of Electronic Word of Mouth (EWOM) Influence on Hotel Customers' Purchasing Decision. *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality*."
- Anggitasari, Annisa Mayga, and Tony Wijaya. 2016. "Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Brand Trust, Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk Smartphone Iphone (Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta)." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(3):266-275.
- Azmi Hadi. 2018. "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Trst Terhadap Purchase Intention." 1.
- Dian Aisyah dan Engrini. 2019. "Pengaruh Reputasi Kualitas Informasi, Dan E-WOM Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia Yang Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pellanggan."
- Fadhillah, Ahmad Rizal, Universitas Brawijaya, and Nadiyah Hirfiyana Rosita. 2015. "Pengaruh Brand Personality Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Produk Running Shoes Merek Nike)."
- Ferdinand, Augusty. 2003. *Sustainable Competitive Advantage. Sebuah Eksplorasi Model Konseptual*.
- Firmansyah. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Goyette. 2010. "Electronic Word of Mouth Positive and Negative." *Pemasaran* 2:39.
- Hani Handoko. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka setia.
- Hendrajati, Aditya. 2016. "Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image Dan Brand Trust Yamaha." Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. 2004. "Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?" *Journal of Interactive Marketing* 18(1):38–52. doi: 10.1002/dir.10073.
- Herman, Yakub. 2011. "Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Trust Konsumen Blanja.Com." 4(80):4.
- Huda, Isra Ul, Anthonius J. Karsudjono, and Pupita Nia Maharani. 2020. "Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Pada Brand Image Dan Purchase

- Intention Terhadap Produk Sepatu Nike (Studi Pada Konsumen Di Kota Bandung).” *Jurnal Mitra Manajemen* 4(6):392–407.
- Iswara, Gusti Agung Narendra, and I. Wayan Santika. 2019. “Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Sepatu Merek Bata.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(8):5182. doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p18.
- Kustini, Nuruni Ika. 2011. “Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product.” *Journal of Economics, Business, and Accountancy | Ventura* 14(1):19–28. doi: 10.14414/jebav.v14i1.12.
- LoveLock, Christoper H. 2013. *Pemasaran Jasa Manusia Teknologi, Strategi, Perpetif Indonesia Jilid 2*. ERLANGGA, 2013.
- Manullang dan Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: indomedia pustaka.
- Minat, Terhadap, Beli Konsumen, Produk Batik, Sendang Duwur, and S. R. I. Setyo Iriani. 2014. “Moh. Martono R.A.P Dan Sri Setyo Iriani; Analisis Pengaruh Kualitas ...” 2(April).
- Priansa, Donni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priansa, Donni. 2021. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Intention Smartphone Android Merk Samsung Melalui Brand Image.”
- Purnamasari, Desy, and Edi Yulianto. 2018. “Analisis Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Dengan Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Variabel Moderator (Survei Pada Konsumen Oppo Shop Center Sidoarjo).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 54(1):92–100.
- Sa, Noraini, Agnes Kanyan, and Mohamad Fitri Nazrin. 2016. “The Effect of E-WOM on Customer Purchase Intention.” 2(1):73–80.
- Semuel, Hatane, and Adi Suryanata Lianto. 2014. “Analisis EWOM, Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Produk Di Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 8(2):47–54. doi: 10.9744/pemasaran.8.2.47-54.
- Syahdiany, Geny, and Okki Trinanda. 2019. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Customer Experience Terhadap Brand Trust Transmart Carrefour Kota Padang.” 01:226–31.
- Usman Efendi. 2015. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahyuningtyas, Prihandini. 2015. “Pengaruh Brand Prestige Dan Brand Credibility

Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Knowledge Sebagai Pemoderasi Brand Credibility.” 1–13.

Internet

<https://wartakota.tribunnews.com> Jakarta 2020 MS Glow raih penghargaan Indonesia best brand award tahun 2020. Waktu akses 2 Oktober 2021.

<https://entrepreneur.bisnis.com> rahasia sukses pemasaran produk kosmetik MS Glow 2020, waktu akses 6 Oktober 2021

