

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek* (Cetakan Ke). Mitra Utama.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (D. Prabantini (ed.)). Andi Offset.
- Adeliasari. (2014). Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Restoran dan Kafe di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2.
- Adnin, R. J., Lubis, N., & Widayanto. (2013). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Nasmoco Pemuda Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic of Science*, 1–8.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Teori, Konsep dan Indikator*. Zanafa Publishing.
- Ahmaddien, I., & Widati, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Kasus Go Food). 387–393.
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers' Purchasing Decisions. *International Journal Of Computer Applications*, 82.
- Bhuvan, L., & Anggarwal, M. (2014). *A Study on Influence of eWOM: Consumer Buying Behavior*. 237.
- Briliani, R. A., Safitri, D., & Sudarno. (2016). Analisis Kecenderungan Pemilihan Kosmetik

Wanita Di Kalangan Mahasiswi Jurusan Statistika Universitas Diponegoro Menggunakan Biplot Komponen Utama. *Jurnal Gaussian*, 5, 545–551.

Bulan Lindung Putri, T., & Chandra, R. (2021). The Effect of Ewom , Digital Marketing , Customer Satisfaction on Customer Loyalty (Shopee Customer Survey in Pangkalan Brandan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17, 36–45.

Bulan, T.P.L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 596–602.

Bulan, Tengku Putri Lindung. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 5.

Cahyani Zulfa, A., Hermawanyo Rahmat, A., & Nasution Leily, N. (2021). Analysis Price and Promotion of Customer Loyalty in Modern Retail Shopping Centers in the Pandemic Time Covid-19 Through the Purchase Decision Strategy as Moderation. *IJBTOB*, 01(01), 35–46.

Cantallos Serra, A., Cardona Ramon, J., & Salvi, F. (2018). The impact of positive emotional experiences on eWOM generation and loyalty Impacto de las experiencias emocionales positivas sobre la n de eWOM lealtad y la generaci o. *Spanish Journal of Marketing*.
<https://doi.org/10.1108/SJME-03-2018-0009>

Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. . (2012). What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms. *Decision Support Systems*, 53, 218–225.

Chu, S.-C., & Kim, Y. (2015). Determinants Of Consumer Engagement in Electronic Word of

- Mouth (eWOM) In Social Networking Sites. *International Journal of Advertising*, 47–75.
<https://doi.org/https://doi.org/10.2501/ija-30-1-047-075>
- Chua, A. Y. ., & Banerjee, S. (2015). Understanding Review Helpfulness as A Function of Reviewer Reputation, Review Rating, and Review Depth. *Journal of Association for Information Science and Technology*, 66, 354–362.
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Pengguna Mobil Toyota Calya di Kota Bogor dan Bekasi. *JSHP*, 4(2), 120–129.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Satu Nusa).
- Effendi, S., & Masri, S. (2008). *Metode penelitian survai*. LP3ES.
- Fermady, A. (2015). Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Digest Marketing*, 1, 15–21.
- Fitria, S. E., & Dwijananda, I. M. (2016). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Go-Jek). *Universitas Telkom Bandung*, 3.
- Goldsmith, R. E., & Horowitz, D. (2011). Measuring Motivations for Online Opinion Seeking. *Journal of Interactive Advertising*, 6, 3–14.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: Word of Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Journal of Administrative Service*.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.

- Griffin, R. W., & Moorhead, G. (2013). *Perilaku Organisasi Manajemen*. Salemba Empat.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Handi, H., Hendratono, T., Purwanto, E., & Ihalauw J.O.I, J. (2018). *The Effect of E-WOM and Perceived Value on the Purchase Decision of Foods by Using the Go-Food Application as Mediated by Trust*. 1745, 112–127. <https://doi.org/10.12776/QIP.V22I2.1062>
- Haryono, T. (2010). Pentingnya Menjaga dan Meningkatkan Hubungan Baik dengan Konsumen dalam Masa Krisis. *JEJAK*, 3, 75–82.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Medpress.
- Hennig-Thurau, T. (2004). *Electronic Word-Of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumer To Articulate Themselves On The Internet?*
- Henry, A. (2002). *Consumer Behavior. Edisi Bahasa Indonesia*. Prentice-Hall Inc.
- Henry, S. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia . Edisi 2*. Bagian Penerbitan STIE YPKN.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11, 59–72.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Cost. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15, 55–56.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2011). Electronic Word of Mouth: Challenge and Opportunity. *Procedia Computer Science*, 3, 42–46.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2010.12.008>

- Jesslyn, B. N., & Loisa, R. (2019). Pengaruh e-WOM di Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa. *Prologia*, 3, 440–447.
- John, M., Michael, M., & Yahya, D. K. (2002). *Perilaku konsumen (jilid 1) edisi kelima*. Erlangga.
- Kartajaya, H. (2005). *Marketing in venus*. MarkPlus&Co.
- King, R. A., Racherla, P., & Bush, V. D. (2014). What We Know and Don't Know About Online Word of Mouth : A Review and Synthesis of the Literature. *Journal of Interactive Marketing*, 167–183.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th*. Person Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 15*. Erlangga.
- Malayu, H. S. . (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara.
- Massie, K. S. (2016). *PENGARUH MEDIA SOSIAL, EMAIL LANGSUNG, DAN MEDIA WOM ELEKTRONIK / TESTIMONIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DI TOKO BUSANA ONLINE ZALORA*. 4(2), 714–725.
- Noraini, S. ., Kanyan, A., & Nazrin, M. F. (2016). The Effect of E-WOM on Customer Purchase Intention. *International Academic Research Journal of Social Science*, 2, 73–80.
- Phelps, J. E., Lewis, R., Mobilio, L., Perry, D., & Raman, N. (2004). Viral Marketing or Electronic Word of Mouth Advertising: Examining Consumer Responses And Motivations To Pass Along Email. *Journal of Advertising Research*, 44(4), 333–348.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1017/ S0021849904040371>.

- Prameswari, N. P. (2011). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen pada Asuransi Prudential di Kota Semarang*. 1–64.
- Prasetyo wahyu, D., & Wahyu, M. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi PT. Matahari Departemen Store. *Jurnal Manajemen FE - UB*, 9(2), 43–65.
- Putri Pramudya Anggraini, F., & Patrikha Dwijayati, F. (2021). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Aplikasi Soco*.
- Riana, G. (2008). Pengaruh Trust in a Brand terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Air Minum AQUA di Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 13.
- Sa'ait, N., Kanyan, N., & Nazrin, M. . (2016). The Effect of e-WOM on Customer Purchase Intention. *International Academic Research Journal of Social Science*, 73–80.
- Sangadji, E. M., Sopiah, & WK, N. (2014). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku konsumen . Edisi 7*. Indeks.
- Sekaran, U, & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Salemba Empat.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business : A Skill-Building Approach*. Salemba Empat.
- Sentika, C. (2013). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Roemah Kopilogi Garut*. 53.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian*

Pemasaran. Kencana Prenada Media.

Setyawan, J. L., & Adiwijaya, M. (2018). PENGARUH BRAND AWARENESS , BRAND EXPERIENCE , DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DECISION PADA KONSUMEN BASKHARA FUTSAL ARENA SURABAYA. *Agora*, 6(1).

Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).

Shofariyah, K. A. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel UMM Inn Malang [Skripsi]*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing.

Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brand and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. John Wiley&sons.

Stapleton J Philip, Glover A Margaret, and D. S. P. (2001). *Environmental management systems : an implementation guide for small and medium-sized organizations*.

Subagio, H., & J.M, L. (2014). Pengaruh Atribut Café Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utulitarian dan Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di The Square Apartement Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1–12.

Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK*. CV. Alfabeta.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*.
- Susanto H, A. (2013). THE INFLUENCE OF CUSTOMER PURCHASE DECISION ON CUSTOMER SATISFACTION AND IT'S IMPACT TO CUSTOMER LOYALTY. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1659–1666.
- Sutanto, M. ., & A, A. (2016). The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study in Premium Cosmetic in Indonesia. *Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37.
- Thurau, T. H., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic Word of Mouth via Consumer Opinion Platform: What Motivates Consumer to Articulate Themselves on The Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18, 38–52.
<https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Tjahjaningsih, E., & Yuliani, M. (2009). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS MEREK HP NOKIA. *TEMA*, 6, 104–118.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran ,Edisi 3*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

- Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2014). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA DSLR*. 12–19.
- Winardi. (2010). *Manajemen Perilaku Organisasi Edisi Revisi*.
- Yaumil, A., SE Tresnati, D. R., & SE., M.Si Maharani, N. (2017). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survey Konsumen pada Dreezel Coffee Bandung)*. 3, 815–820.
- Yuliana, & Hidayat, R. (2018). *Pengaruh Harga dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Elzatta pada Generasi Milenial)*. 4, 1092.
- Yusfita, N., & Yulianto, E. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada konsumen PT Alhamdi Global Wisata Periode Umrah 2015 sampai dengan Juni 2017)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57, 46–52.
- Zainal, V., Djaelani, S., Basalamah, H. L. Y., & Veithzal, A. P. (2017). *Islamic Marketing Management*. PT Bumi Aksara.
- Zhang, J. Q., Craciun, G., & Shin, D. (2010). *When Does Electronic Word-Of- Mouth Matter? A Study of Consumer Product Reviews*. *Journal of Business Research*, 63(12), 1336–1341.
- Zulfikar. (2013). *Manajemen Agribisnis dan Pengolahan Hasil Peternakan*. Makalah yang disampaikan Pada Kegiatan Pelatihan Petani Bidang Peternakan. *Badan Penyuluh Pertanian (BPP) Kabupaten Bireuen*. *Jurnal Lentera*, 13.