

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, S. M. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut : Word of Mouth Marketing* (Cet. 1, Ed.). Media Pressindo.
- Andani, R. (2015). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA WAYANG TOKOH TERHADAP KETERAMPILAN BERBICARA SISWA KELAS I SEKOLAH DASAR. In *JPGSD*.
- Astini, R., & Sulistiyowati, I. (2015). PENGARUH DESTINATION IMAGE, TRAVEL MOTIVATION, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS PADA WISATAWAN NUSANTARA MUSLIM DI PANTAI CARITA PANDEGLANG BANTEN). In *Rina Astini Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Indah Sulistiyowati* (Vol. 1, Issue 3). [www.republika.com](http://www.republika.com)
- Dewa Bagus Nugraha Windusara, A. A. G. A. A. K. (2015). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 12, 2015: 4160 - 4185, 4*.
- Ghorbanzadeh, D., Zakieva, R. R., Kuznetsova, M., Ismael, A. M., & Ahmed, A. A. A. (2022). Generating destination brand awareness and image through the firm's social media. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-09-2021-0931>
- Goyette, I., Ricard, L., & Bergeron, J. (2010). *e-WOM Scale : Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context* \*. 23, 5–23.
- Hasan, S., Qayyum, A., & Zia, M. H. (2022). Social media marketing and brand authenticity: the role of value co-creation. *Management Research Review*. <https://doi.org/10.1108/MRR-07-2021-0552>
- Ichsan. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, 8(1), 76–84. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327%0Ahttps://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/viewFile/2327/1607>

- 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*.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit-Undip.
- Jackson R.S. Weenas. (2013). *KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*.
- Jenica Sintya Winadi. (2017). Hubungan Word of Mouth dengan Brand Awareness Teh Kotak. *Jurnal E- Komunikasi, Vol.5(1)*.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA J.CO DONUTS & COFFEE SEMARANG*.
- Liana, Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 129–136. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v3/index.php/bmb/article/view/156%0Ahttp://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v3/index.php/bmb/article/download/156/64>
- Mayank Yadav, & Zillur Rahman. (2017). *Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation* . 34(7), 1294–1307.
- Mohammad Pambudi Ary Wicaksono, N. K. S. (2016). *PENGARUH IKLAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND AWARENESSTRAVELOKA*.
- Murdana, Y. T., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Pada PT. Dealpro Indonesia Bandung 2019. *Manajemen Pemasaran*, 5(2), 847–851.

<https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/download/10201/10057>

- N. Lontoh, M. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendeand. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 515–525.
- Nel Arianty, A. A. (2021). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Oscario, A. (n.d.). *PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRAND*.
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Qomariah, N. (2020). *PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGETERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADARESTORAN RUNNING KOREAN STREETFOOD DI MALL PLAZA MULIA SAMARINDA*. 8(1), 35–45.
- Rahmadhani, R., & Prihatini, A. E. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 23–30. <https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23766>
- Ramayanti, F. (2019). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. In *JSMB* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>
- Salamah, N. H., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce Hijup. *KORELASI (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 2, 249–269. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1189>
- Selang, C. A., Bauran Pemasaran, P., & Selang Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, C. A. (2013). *BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PENGARUHNYA TERHADAP*

LOYALITAS KONSUMEN PADA FRESH MART BAHU MALL  
MANADO. *Jurnal EMBA*, 71, 71–80.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami, Ed.). Penerbit  
Alfabeta.

Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd  
Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13.  
<https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.473>

Syaiful Bahri. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Erang Risanto, Ed.).  
Penerbit ANDI.

v. Wiratna Sujarweni, L. R. U. (2015). *ANALISIS DAMPAK PEMBIAYAAN  
DANA BERGULIR KUR (KREDIT USAHA RAKYAT) TERHADAP  
KINERJA UMKM*. [www.smeccda.com](http://www.smeccda.com)

Wijaya, L. V. & Tjun, L. T. (2017). Pengaruh Cash Turnover, Receivable  
Turnover, dan Inventory Turnover Terhadap Return On Asset Perusahaan  
Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Periode 2013 – 2015. *Jurnal Akuntansi Vol.9 No.1 Mei 2017: 74 - 82*

Wang, X. & Lai, I.K.W. (2021). Place attachment and affinity: turning the  
Mainland Chinese students into “Word-of Mouth Champions”. *Journal of  
Hospitality and Tourism*

Joesyiana, Kiki (2018). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE  
SHOP SHOPEE DI PEKANBARU. *Jurnal Valuta Vol. 4 No 1, April 2018*

Sanjaya, Agung Satria. (2020). PENGARUH DIMENSI SOCIAL MEDIA  
MARKETING TERHADAP MINAT BELI CLIMATETHIRTY. *Jurnal  
Manajemen dan Start-Up Bisnis*