

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. *Building Strong Brands*. New York: Tree Press, 1996.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Edited by CV Pustaka Setia. Bandung, 2015.
- Apriastuti, Ni made Dwi, Ni Putu Nita Anggraini, and Pande Ketut Ribek. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar.” *Jurnal Emas* 03, no. 10 (2022): 71–79.
- Aynie, Rahmi Qurrota, Ratih Hurriyati, and Puspo DewiDirganti. “Strategi Pemasaran Electronic Word Of Mouth Pada E-Commerce Dalam Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Management* 17, no. 1 (2021).
- Aynie, Rahmi Qurrota, Ratih Hurriyati, and Puspo Dewi Dirgantari. “Strategi Pemasaran Electronic Word of Mouth Pada E-Commerce Dalam Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen* 17, no. 1 (2021): 136–43.
- C.R, Mehta, and P.N Patel. *IBM SPSS Exact Test SPSS 16.0 Manual*. IBM Corporation, 2012.
- Daruji. *Statistik*. Pamekasan: Duta Publishin, 2017.
- Dharmmesta, Basu Swastha. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE, 2014.
- Durianto, Sugiarto, and Tony Sitinjak. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2001.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja, and Supraktino. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Emerentia, K, C V Wadu, I A Setiawan, and ... “Pendampingan Peningkatan Usaha Seblak Guna Meningkatkan Penjualan.” *Jurnal ABDINUS ...* 7, no. 3 (2023): 672–82.
- Fandi, Tjiptono. *Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, 2018.

- . *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2016.
- Gupta, Pranjali, and Judy Harris. “How E-Wom Recommendations Influence Product Consideration and Quality Of Choice: A Motivation To Process Information Prespective.” *Journal of Bussines Reserch, Elsevier* 63, no. 9–10 (2010): 1041–1949.
- Halim, Eka Surya. “Faktor-Faktor Yang Menjadikan Brand La Classique Tidak Dikenal” 2, no. 4 (n.d.): 1–9.
- Handiyani, Ni Luh, and Dewa Nyoman Benni Kusyana. “Apakah Keputusan Pembelian Konsumen Akan Meningkatkan Karena EWOM Dan Gaya Hidup?” *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata* 2, no. 3 (2022): 767–78.
- Hariono, Lavenia. “Apakah E-Wom (Electronic Word of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner.” *Competence : Journal of Management Studies* 12, no. 1 (2019): 1–12.
- Hariri, Nabila Meira Adzraa, cecep Safa’atul Barkah, Tetty Herawaty, and Lina Auliana. “Menjadikan Brand Top Of Mind Melalui Penggunaan Strategi Funneling (Studi Kasus Pada UMKM Wanderer Scarves).” *Jurnal Media Ekonomi* 21, no. 2 (2021): 33–50.
- Hasan, Ali. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut : Word Of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2010.
- Hennig, Thureau, Gwinner T, Walsh K.P, and D.D Gremler. “Electronic Word Of Mouth Via Consumer-Opinion Platfroms: What Motivates Consumer to Articulate Themselves on The Internet.” *Jurnal Of Interactive Marketing* 18, no. 01 (2004): 38–52.
- Ivana, Vina, Adelia Sari, and Sienny Thio. “Electronic Word of Mouth (e-WOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya.” *Jurnal Hospitality Dan Managemen Jasa* 2, no. 2 (2014): 218–30.
- Jalilvand, and Samiei. “The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Brand Image and Purchase Intension An Empirical Study In The Automobile Industry in

- Iran.” *Jurnal Marketing Intelligence & Planning* 30, no. 04 (2012): 460–76.
- Janie, Dyah Nurmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press, 2012.
- Kotler, and Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. *Marketing Management Edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- . *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa Oleh Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- . *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2016.
- . *Marketing Management (Global Edition)*. Harlow, Essex Pearson Education Limited, 2016.
- Lemeshow, Stanley. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997.
- Lomi, Adrian Gae, Juita L. D Bessie, and Abas Kasim. “Pengaruh EWOM (Electronic Word Of Mouth) Pada Media Sosisal Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Tebing Bar & Cafe).” *Jurnal of Management* 2, no. 1 (2016): 29–58.
- Luthfiyatillah, Afifah Nur Millatina, Sitti Hamidah Mujahidah, and Sri Herianingrum. “Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian.” *Jurnal Penelitian IPTEKS* 5, no. 1 (2020): 101–15.
- M. Anang, Firmansyah. “Buku Pemasaran Produk Dan Merek.” *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, no. August (2019): 336.
- Marsudin, La Ode, and Saortua Marbun. “Pengaruh Top of Mind, Brand Recall, Dan Brand Recognition Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Sayurbox Bali.” *Journal Research Management* 5, no. 1 (2023): 1–16.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Sukoharjo: LPPM Universitas Veteran Bangun Nusantara, 2014.

- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, and Muhammad Budiantara. *Dasar-Dasae Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Pebrianti, Wenny, and Muhammad Awal. "Digital Marketing , e-WOM , Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial" 11, no. 1 (2020): 48–56.
- Permatasari, Layli Yulia, Achmad Firman, and Anita Fitriani. "Brand Equity Analysis of Uht Milk Product Tetra Pack 200 Ml in Yogya Departement Store Cimanggu Bogor City." *Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran* 22, no. 1 (2022): 43.
- Peter, Paul, and Jerry Olson. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Alih Bahasa Damos Sihombing*. Jakarta: Erlangga, 1999.
- Prasetyanto, Wahyu Eko. "Pengaruh Top of Mind Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods Di Supermarket Mo-Ro Mall Purwokerto." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBIMA)* 3, no. 2 (2015): 146–53.
- Pratiwi, Kiki Rizki, and Muhammad Edwar. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 ESP Di Dealer Honda Panji Perkasa Perdana Sidoarjo." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 03, no. 02 (2016).
- R, Cooper Donald, and William Emory C. *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid 1 Ed. Jakarta: Erlangga, 1999.
- Ramadhan, Eka Rangga Rizki, Dinalestari Purbawati, and Sari Listryorini. "Pengaruh Brand Awareness, Electronic Word Of Mouth, Dan Preceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Traveloka Di Kota Semarang." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12, no. 02 (2023): 601–10.
- Rini, Gilang Puspita. "Peningkatan Top of Mind Melalui Frekuensi Penayangan, Daya Tarik Pesan Dan Waktu Penayangan Iklan." *Media Ekonomi* 18, no. 2 (2018): 95.
- Romaniuk, Jenni, Byron Sharp, Samantha Paech, and Carl Driesener. "Brand and Advertising Awareness: A Replication and Extension of a Known Empirical Generalisation." *Australasian Marketing Journal* 12, no. 3 (2004): 70–80.
- Saputra, Doni Fransiska Dwi, and Jamiati. "Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan." *Jurnal Bincang Komunikasi* 1, no. 1

(2023): 61–69.

Sari, Novita, Muhammad Saputra, and Jamaluddin Husein. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Online Bukalapak.Com.” *Jurnal Manajemen Magister* 03, no. 01 (2017): 136–40. <https://doi.org/10.46799/jst.v1i5.60>.

Schiffman, and Kanuk. *Perilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Prentice Hall, 2004.

Setiawan, Wahyu, and Ety Istriani. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Panic Buying Terhadap Keputusan Pembelian Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 17, no. 1 (2022): 11–22.

Sima, Sheha, Fadhilah Fadhilah, and Fitriana Fitriana. “Upaya Pengusaha Toko Fashion Offline Dalam Mempertahankan Usahanya Menghadapi Bisnis Fashion Online.” *Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* 4, no. 3 (2019): 15–29.

Sugiarto, Sitinjak. *Iisrel, Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2004.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2016.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2007.

Susmonowati, Trinik, and Husnul Khotimah. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada.” *Jurnal Lentera Bisnis* 10, no. 2 (2021): 197.

Syaifudin Syukri, Muh, Besse Faradiba, and Fahmiah Akilah. “Pengaruh Brand Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Pada Universitas Ichsan Gorontalo.” *Jurnal Mirai Management* 8, no. 1 (2023): 683–95.

Tjiptono, and Fandy. *Pemasaran Jasa. Edisi Pertama*. Malang: Bayumedia

Publishing, 1997.

Wijaya, Hanandra. “Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Cat Merek Avian Pada PT Tirtakencana Tatawarna Di Pontianak.” *Jurnal Bisma* 1, no. 4 (2016).

Yuliana, Oviliani Yenty. “Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 2, no. 1 (2000): 36–52.

Yulindasari, Elsa Rizki, and Khusnul Fikriyah. “Pengaruh E-WoM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee.” *Journal of Islamic Economics and Finance Studies JIEFeS* 3, no. 1 (2022): 55–69.