

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, R., & Nainggolan, B. M. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Merek Melalui Keputusan Mengingat/Membeli (Di Hotel Holiday Inn Kemayoran Jakarta*. Panorama Nusantara, 17(1).
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan pengujian hipotesis statistika dasar dengan software r. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 327–334.
- Arsyan, M. F., & Mahfudz, M. (2022). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas merek dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan Shopeepay Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10836>
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi(MEA)*, 6(3), 2008-2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Arsyan, M. F., & Mahfudz, M. (2022). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas merek dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan Shopeepay Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1).

- Darmawan, D. (2023). Studi empiris perilaku konsumen Aliexpress: Peran online consumer review, online customer rating, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian impulsif. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(1), 1–13.
- Daryanti, M. D., Hidayat, R., Rahayu, S., & Fitrianty, R. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Kecantikan Ms Glow Di Kota Sumenep. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(6), 1321-1336. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Diana, A. (2025). *Pengaruh Service Quality Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Bmt Asyyafi'iyah Sribhawono Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Febriani, E. S., Arobiah, D., Apriyani, A., Ramdhani, E., & Millah, A. S. (2023). Analisis data dalam penelitian tindakan kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140-153. <https://riset-iaid.net/index.php/jpm/article/view/1447>.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan strategi komunikasi pemasaran: perubahan perilaku konsumen menuju era disrupsi. *Jurnal ilmiah komunikasi makna*, 8(1), 22-38. DOI: <http://dx.doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Hapsari, D. A., & Soebandhi, S. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk*

Something (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Vol. 16, Issue 1, pp. 8–22).

Hutajulu, M. (2023). *Pengaruh Brand Loyalty, Brand Trust dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Roti Ganda di Kecamatan Siantar Marimbun.*

Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya. Pareto: *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 16-25.

Himawati, D., & Firdaus, M. M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424-436. DOI: <http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v8i1.990>

Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>

Kamalin, S. F. L., & Zulkarnaen, Z. (2025). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Madame Gie Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Kota Mataram. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 4(5), 545-554.

Maria, G., & Birawan, I. G. K. (2022). Pengaruh Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada

- Perusahaan Sektor Manufaktur Periode 2017-2021). *Jurnal Economina*, 1(2), 84-94.
- Masfufah, S. Z., Amelia, D. N., Yulianto, A., Riono, S. B., & Wulandari, H. K. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador* dan Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Produk pada E-Commerce Shopee. *Era Akademia: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Mahasiswa*, 1(1), 12-24.
- Nefrida, N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Budi Mulia Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(1), 114124. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i1.624>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) pada produk air minum dalam kemasan merek aqua (studi pada konsumen amdk merek Aqua di Kota Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 1-12. DOI: <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian kosmetik halal dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 1-10. DOI: <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>
- Putri, A. A. D., Ramadhan, R. R., & Hinggo, H. T. (2025). Pengaruh Brand Trust, Word of Mouth dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Watsons Living World Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 4(1), 70-85.

- Putri, A. N., & Suryono, I. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Pelanggan Smartphone Samsung. *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia*, 5(1), 28-40. <https://doi.org/10.11594/jesi.05.01.04>
- Pernandes, L. (2023). *Pengaruh Brand Experience Dan Brand Commitment Terhadap Brand Loyalty Pengguna Shampoo Pantene Pada Mahasiswa STIE Pembangunan Kota Tanjungpinang* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (Stie) Pembangunan Tanjung Pinang).
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). *Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Ramadhan, G. A., Budiastuti, E., & Fata, M. A. (2024). Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Wisata Keraton Kasepuhan Kota Cirebon. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(4), 340-352. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i4.4219>
- Raniaziza, T., Retnowati, W., & Maryanti, S. (2025). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Kosmetik Sariayu di Kota Mataram. *Alexandria (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 6(1), 81-87.
- Roni, M. N. N., Febriansah, R. E., & Yani, M. (2025). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jambura Journal of Educational Management*, 206-224.

- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. Jisosepol: *Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39-47.
- Setianingsih, A. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Image Dan Minat Beli Produk Kosmetik E-Commerce Diajukan oleh : Anggriani Setianingsih Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. Maneggio: *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1),301-313
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Sohail, M. S., Hasan, M., & Sohail, A. F. (2020). The impact of social media marketing on brand trust and brand loyalty: An Arab perspective. *International Journal of Online Marketing (IJOM)*, 10(1), 15–31.
- Shokhifah, N. R. V., Lukito, H., & Muzrifah, R. A. (2024). Pengaruh Word of Mouth, Promosi Melalui Medsos dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Wedding Organizer Ainasalsabila_Mua Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto.

AKSIOMA: *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(12), 1043-1056 <https://doi.org/10.62335/7dwae394>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tarigan, B. B. M. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Aksebilitas Terhadap Minat Berkunjung Pada Kampung Wisata Tibrena Mekar (Doctoral dissertation, Fakultas Sosial Sains).

Taztya, L. F. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Skincare “Somethinc” (Doctoral dissertation, STIE Malangkucecwara).

Uzir, U. H., Hamid, A. B. A., Latiff, A. S. A., & Jerin, I. (2021). Brand Loyalty in Bangladesh Customer Satisfaction, Brand Trust, Social Media Usage in Electronic Home Appliances. Partridge Publishing Singapore

Wahyuni, I. P. (2020). Pengaruh customer satisfaction terhadap brand loyalty melalui brand love (Studi pada pelanggan Starbucks). *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya*, 4(1), 1-17.

Wicaksono, K. W. A. (2023). Pengaruh Perceived Quality Dan Experiential Marketing Dalam Peningkatan Brand Loyalty Melalui Customer Satisfaction Di Café Km02 Kotamadya Semarang (Studi Kasus di Café KM02 Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).

Wibowo, A., Satiri, S., Ruliana, P., & Yulianto, K. (2021). Komunikasi Word of Mouth sebagai Penentu Keputusan Membeli Produk. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(2), 86-94. [10.25008/jpi.v3i2.84](https://doi.org/10.25008/jpi.v3i2.84)

Yanti, N., Pasigai, M. A., & Nasrullah, N. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Mixue Di Sungguminasa Kabupaten Gowa. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 1930-1942.

Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55-69.

