

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agustina, S. (2011). Pemasaran Management. In *UB Press*.
- Annur, C. M. (2022). Terus Meningkat, Jumlah Penduduk RI Tembus 275, 77 Juta hingga Pertengahan 2022. *Databoks*.
- Asterini, S. A., & Sudaryana, A. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Komunikasi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Marko Milk and Coffee, Kadipiro Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 14(2), 961–970. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v14i2.1008>
- Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems*, 53(1), 218–225.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, & Sitingjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fakriza, R., & Nurdin, R. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Boikot Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada Kfc Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ...*, 4(1), 206–216. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/9068>
- Februdi, A., & Kusdibyoy, L. (2003). Efek Komunikasi dari mulut ke mulut terhadap sikap dan kemungkinan membeli. *Jurnal Kajian Bisnis*, 4(8), 95–103.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (T. Q. Media (ed.); pertama, 2, Issue July). CV. Penerbit Qiara Media. <https://www.researchgate.net/publication/342644678>
- Hakim, L. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Pada Bpr Sejahtera Batam. *Jurnal Dimensi*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.33373/dms.v5i1.19>
- Hanindyta, K., & Nugrahani Utami. (2017). Pengaruh Negatif e-Wom Terhadap

- Kepercayaan Merek Telkomsel Flash. *ETTISAL : Journal of Communication*, 2(2), 12–18.
- Harrison, L., & Walker, J. (2001). The Measurement Of Word Of Mouth Communication And An Investigation Of Service Quality And Customer Commitment As Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60–75.
- Harsasi, M. (2006). Word of Mouth Dalam Industri Jasa : Kaitannya Dengan Sikap dan Kemungkinan Membeli. *Jurnal Bisnis Strategi*, 15(1), 31–41. <https://doi.org/10.14710/jbs.15.1.31-41>
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Media Pressindo.
- Hatane Samuel, A. S. L. (2014). Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 8(1), 47–54. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.47-54>
- Irianty, A. R., & Soesanto, H. (2011). *Studi Tentang Pengaruh Aktivitas Komunikasi Negative Word of Mouth (Studi Kasus Pada Pelanggan Salon Shafira di Kota Bekasi)*.
- Novianti, R., & Artanti, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Word Of Mouth (WOM) Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image serta Word Of Mouth terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty pada Pelanggan Cbezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.259>
- Praswari, A. N. (2009). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KOMUNIKASI WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT GUNA JASA ULANG (Studi Kasus pada PT Nasmoco di Semarang TESISI Diajukan sebagi salah satu syarat Untuk menyelesaikan program Pascasarjana Pada program Magister Manajemen P.*
- Pujiani, R. (2014). Pengaruh Positive Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Niat

Pembelian Produk Shampoo Pantene di Wilayah Surabaya. *Artikel Ilmiah*, 1–18.
<https://core.ac.uk/download/pdf/198181563.pdf>

Putri, A. D., & Wahyuni, I. I. (2022). *The Influence Of Arief Muhammad As A Brand Ambassador On Instagram On Brand Loyalty Erigo Apparel In The #Backtoerigoprogram Pengaruh Arief Muhammad Sebagai Brand Ambassador Di Instagram Terhadap Brand Loyalty Erigo Apparel Pada Program #Kembalikeerigo*. 3(October), 3098–3107.

Rahmawati, Y., & Suminar, B. (2014). Pengaruh Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word of Mouth Pada Pelanggan Honda Motor Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 15. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i1.290>

Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brand*. Gramedia Pustaka Utama.

Ririn, P. A., & Harti. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Merek Pada Klinik Kecantikan Nanisa Jombang. ... *Manajemen Dan Ekonomi ...*, 9(2), 1307–1313.

Tjipto, F. (2000). *Strategi Pemasaran*. Andi.

Zhang, H., Takanashi, C., Gemba, K., & Ishida, S. (2015). Empirical Research on the Influence of Negative Electronic Word-of-Mouth on Brand Switching Behavior. *Word Journal of Management*, 6(2), 46–61.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21102/wjm.2015.09.62.04>