

Daftar Pustaka

- Adiwiwijaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora – Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).
- Alma B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Aditya, A. G., & Maya, A. D. (2019). the Impact of Electronic Word of Mouth on Shopee ' S Purchasing. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 5566–5583.
- Arif., M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Cahyono, F., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (Ewom) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 148–157.
- Al Negggar, R. A. A., dan Bendary, N. (2017). The Impact of Experience and Brand trust on Brand loyalty, while considering the mediating effect of brand Equity dimensions, an emperical study on mobile operator subscribers in Egypt. *The Bussines and Management Revieq*, 9(2), 16-25.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: CV. Penerbit QiaraMedia.
- Goyette, I., Ricard,L.,Bergeon,J. & Marticotte, F (2010). e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement scale for e-Services Context, *Canadian Journal of Administrative Sciences*,27(1),5-23.
- Huaman-Ramirez, R., & Merunka, D. (2019). Brand experience effects on brand attachment: The Role of brand trust, age, and income. *European Business Review*, 31(5), 610–645. doi: 10.1108/ebr-02-2017-0039
- Ilaisyah, H. L. (2020). pengaruh brand ambassador dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2019(2132), 235–238.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raka Grafindo Bersabda.
- Kotler, dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. 11th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Amstrong G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasarann* Jilid 1 Edisi ke-12. Jilid 1.Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (Pertama). Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Paludi, S. (2016). Analisis pengaruh electronic word of mouth (E-wom) terhadap citra destinasi, kepuasan Wisatawan, dan loyalitas destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. *Tesis*. MM IBN Jakarta.
- Nurhasanah, Mahliz, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM , Brand Trust , and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site The Effect of E-WOM , Brand Trust , and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Sciencen and Endgineering* , 107(1), 012017. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1071/1/012017>
- Paludi, S. (2016). Analisis pengaruh electronic word of mouth (E-wom) terhadap citra destinasi, kepuasan Wisatawan, dan loyalitas destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. *Tesis*. MM IBN Jakarta.
- Pintubatu, C., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan. *Manajemen*, 12(1), 12.
- Praharjo, A., Wilopo, & Kusumawati, A. (2016). The Impact of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention Mediated by Brand Loyalty and Perceived Risk. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 11(2), 62–69.
- Samuel, h. Dan Lianto,A.S. 2014. Pengaruh analisis EWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya. *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaa*, 8(2)
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi Edisi Kedelapan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA*, 9(4), 841–850.
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Agoda.com. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1),128–138.
- Stillman, d., Stilman J. (2018). *Generasi Z Memahami Karakter Generasi Baru Yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.