

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Abdullah, T & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman, M & Muhidin, A. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Adiwidjaja, A. J. & dan Tarigan, H. (2017). *Pengaruh Brand Image Dan Brand trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. AGORA, 5 (3), 1-9.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan kesepuluh*. Bandung: Alfabeta.
- Areif, Abdul S., Pulungan, D.R., Warella, S.Y., dkk. (2021). *Metodologi Riset Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Astuti, M & Amanda, A.R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bawono, A. (2016). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Chakti, A.G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Chatterjee, Patrali. (2001). *Online Reviews – Do Consumers Use Them?*. ACR 2001 Proceedings, eds. M. C. Gilly and J. Myers-Levy, Provo, UT: Association for Consumer Research, 129-134.
- Cheung, C.M.K., M.K.O. Lee dan N. Rabjohn. (2008). *The Impact of Electronic Word-Of-Mouth: The Adoption of Online Opinions in Online Customer Communities*. Internet Research. 18 (3): 229 - 247.
- Chin, W.W. (2010). *Bootstrap Cross-Validation Indices for PLS Path Model Assessment*. Berlin: Springer.
- Delgado, Elena Ballester, dkk. (2003). *Development of a Brand trust Scale*. International Journal of Market Research. 45 (1), 1-18.
- Dewa, C.B & Safitri, L.A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie)*. Jurnal Pariwisata dan Budaya. 12 (1), 65-71.

- Elwalda, A., & Lu, K. (2016). *The impact of online customer reviews (OCRs) on customers' purchase decisions: An exploration of the main dimensions of OCrs*. *Journal of Customer Behaviour*, 15(2), 123-152.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Pengaruh Threat Emotion Konsumen Dan Brand trust Pada Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene di Surabaya*. *Jurnal Kewirausahaan*. 1 (2), 1-11.
- Fadhilah, A. (2015). *Pengaruh Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-ixion*. *Jurnal MIX*, 4(2), 188-205.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Farki, Ahmad. (2016). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace di Indonesia*. Skripsi. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Fauziah, F.A & Fatmawati, I. (2017). *Pengaruh Lingkungan Toko Terhadap Keadaan Emosional Dan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Pengujian Model Mehrabian-Russell*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 10 (1), 1-19.
- Filieri, R. (2014). *What Makes Online Reviews Helpful? A Diagnosticity-adoption Framework to Explain Informational and Normative Influences in e-WOM*. *Journal of Business Research*, 68(6), 1261–1270.
- Ghozali, I. (2009). *Structural Equation Modelling; Teori Konsep dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. (Trans: Application of Multivariate Analysis Using SPSS)*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd Edition)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2009). *Customer Loyalty: How to Learn It, How to Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, J. F., Ringel, C. M., & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM: Indeed A Silver Bullet*. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 19 (2), 139-150.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0*. Universitas Brawijaya, 1, 1–19.
- Iye, R., Susiati, & Karim. (2020). *Citra Perempuan dalam Iklan Sabun Shinzui*. *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*. 6(1), 1-7.
- Junita, Vista. (2020). *Pengaruh Brand Experience, Brand Commitment, Dan Brand loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Di Mitra Anda Cell*

*Tegal Dan Erafone Megastore Pacific Mall Tegal*. Skripsi. Universitas Pancasakti Tegal.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2016). *Marketing: An Introduction. 13th edition*. United States: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A.S. (2011). *Pengaruh Trust in Brand terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Starbuck Coffee di Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Lee, J., Park, D., & Han, I. (2008). *The Effect of Negative Online Customer Reviews on Product Attitude: an Information Processing View*. *Electronic Commerce Research and Application*. 7 (3), 341-352.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. New York: John Wiley & Sons.
- Luqyana, Ika. (2019). *Pengaruh Label Halal Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Safi*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Maulana, Ahmad. (2020). *Preferensi Masyarakat Jakarta Terhadap Wisata Halal dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Jakarta.
- Maulana, H & Soeptani. (2021). *Segmenting Targeting Positioning: Mengapa, Apa, Bagaimana*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Musfar, T.F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mo, Z. L. Y. & Fan, P. (2015). *Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior*. *Journal of Service Science and Management*, 8(June), 419–424.
- Noor, Juliansyah. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugraho, A.W. (2013). *Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus di Hira Cargo Cabang Semarang)*. Skripsi. Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Nur'aini, Alfiyah. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorse dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.

- Pulungan, I.M., Sumarwanz, U., & Simanjuntak, M. (2016). *Effect of Brand Equity Dimension on Purchasing Behavior (Case Study: Aroma Bakery and Cake Shop in Medan)*. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 26, 31-39.
- Ramadhan, U.K. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, kemudahan, Keamanan, Transparansi Terhadap Keputusan Donatur dan Muzaki dalam Membayar Zakat, Infak, Sedekah melalui Platform E-Wallet*. Skripsi. UIN Jakarta.
- Ramlawati & Lusyana, Emy. (2020). *Pengaruh Celebrity endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswa Hpm Cabang Maiwa di Makassar*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi Review*. 1 (2), 65-75.
- Rizan, M., Saidani, B., Sari, Y. (2012). *Pengaruh Brand Image Dan Brand trust Terhadap Brand loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta timur*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3 (1), 1-17.
- Saleh & Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV Sah Media.
- Saputra, D.H., Sutiksno, D.U., Kusuma, A.H.P., Wahyuni, D., dkk. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Septiadi, B.E., Kusnanto, G & Supangat. (2019). *Analisis Tingkat Kematangan dan Perancangan Peningkatan Layanan Sistem Informasi Rektorat Universitas 17 AGUSTUS 1945 Surabaya (Studi Kasus: Badan Sistem Informasi Universitas 17 AGUSTUS 1945 Surabaya)*. *Konvergensi*, 15 (1), 33-48.
- Setiadi, Nugroho J. (2019). *Perilaku Konsumen: perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Perdana Media Group.
- Shimp, Terence, A. (2003). *Periklanan, Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence, A. (2005). *Advertising, Promotion and Supemetal Aspec Integrated Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisa SEM-PLS WarpPLS 3.2*. Andi. Lembaga Amil Zakat. Simposium Nasional Akuntansi XIX, 1(4), 308–315.
- Singgih, Santoso. (2014). *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22*. Jakarta: Kompas Gramedia, Anggota KAPI.
- Simanjuntak, Marianak. (2022). *Riset Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Stefani, Selfi. (2013). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada*

*Produk Kosmetik Berlabel Halal “Wardah”*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Sudomo, S. (2013). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pepsodent di Kabupaten Bantul)*. JBMA, 1 (2), 33-48.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2010). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukron, A.R.M. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Islamic Branding, dan E-Service Quality, Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. IAIN Salatiga.

Surmawan, Ujang dkk. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelan, Gaya Hidup, Loyalitas, dan Persepsi Risiko*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

Trista, Putri. (2011). *Analisis Tingkat Loyalitas Merek (Brand loyalty) Sepatu Edward Forrer*. Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.

Yufizar, A.F., Restuti, S., Rahayu, D. (2017). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand trust Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Jatra Pekanbaru*. JOM Fekom, 4 (1), 939-935.