

Daftar Pustaka

- A. Shimp, T., (2013). *Periklanan Promosi*. Jakarta : Erlangga
- Ali, H., 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Alfian, B. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar*: Skripsi Universitas Hasanuddin
- Aaker, A. D. (2014). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Andres, P.C. dan Thomas, S. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya*. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra. AGORA Vol. 7, No. 1 (2019), 415-428
- Armstrong dan Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc
- Bambauer-Sachse, S dan Mangold, S. (2011). *Brand Equity Dilution through Negative Online Word-of-Mouth Communication*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18, Online, (<http://isiarticles.com/bundles/Article/pdf/50788.pdf>), diakses 4 Mei 2018
- Br Tarigan, J. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Brand Image Dan Harga Terhadap Minat Beli Air Mineral Merek Cleo (Studi Kasus Pada Kantin Branda Universitas Pembangunan Pancabudi Medan)*. Program Manajemen. Universitas Pembangunan Pancabudi Medan. 2019 121-132
- Christian, K. dan Aji, K.M. (2021). *Analisis Pengaruh Brand Image, Promotion, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Online Shop*. Manajemen Industri dan Logistik. Politeknik APP Jakarta. Vol. 5 No. 1, Mei 2021.
- Cummins, J. dan Roddy, M. (2004). *Sales Promotion; Menciptakan; Mengimplementasikan, dan Mengintegrasikan Program Promosi Penjualan*. PPM, Jakarta.
- Duwitmu. (n.d) *Pinjaman Online*. Diakses 05 Mei 2022, dari <https://duwitmu.com/pinjaman-online/aplikasi-fintech-terbaik>
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo : Zifatama. 13-24
- Gadhafi, M. (2015). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Pembelian Yang Dimediasi Oleh Brand Image Pada Produk Laptop Acer Di Surabaya*. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas: Diakses 28 Oktober 2021

Gito, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt. Genius Alva Makassar*. 515–526.

Goldsmith, R. E dan Horowitz, D. (2008). *Measuring motivations for online opinion seeking*, *Journal of Interactive Advertising*, 6(2), 3-14, Online, (<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15252019.2006.10722114>), diakses 5 Mei 2018.

Ghozali, I. (2011). *Structural equation modelling metode alternatif dengan partial least square (PLS) (Edisi 3)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Heni, Y. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah Di Kota Palembang)*. Pasca Sarjana Ilmu Manajemen Pemasaran. Universitas Mercu Buana. Vol 9, No 3 (2019), 107-118

Henry, S. (2012). *Riset Pemasaran*. Penerbit Gramedia Utama Jakarta

Jalilvand, M. R. dan Samiei, N. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran*. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), Online, (<https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/0263450121123194>), diakses 4 Mei 2018

Jeong, E., dan Jang, S. (2011). *Restaurant Experience Triggering Positive Electronic Word of Mouth (ewom) motivation*. *Hospitality Management*, 30, (Online), (<http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/4989.pdf>), diakses 5 Mei 2018.

Kanuk, M. (2015). *Keputusan pembelian.. (Alih Bahasa Rio, Yulihar, dan Reni)*. Francis.

Kotler dan Gary, A. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125

Kotler, P. dan Gary, A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. dan Kevin, L.K., (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, P. dan Kevin, L.K., (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler, P. dan Kevin, L.K., (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.

Kredit Pintar. (n.d) *Tentang Kredit Pintar*. Diakses 05 Mei 2022, dari <https://www.kreditpintar.com/about-us>

Mullins, O. L. B. (2017). *Model Kepuasan Pelanggan : Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta*. Xxi(03), 317–335.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (n.d) *Peraturan OJK*. Diakses 05 Mei 2022, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/128391/peraturan-ojk-no-77poj012016-tahun-2016>

Reham, E. dan Dina, E. (2019). *Electronic word of mouth effects on consumers ' brand attitudes , brand image and purchase intention : an empirical study in Egypt*. *Business and Management Faculty*. Ain Shams University, Cairo, Egypt. Vol 7, No 5 2019, 203-212

- Ryan, K.M., (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah.(2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Edisi ketujuh. Yogyakarta : Andi.
- Top Brand Award. (n.d) Top Brand Index. Diakses 05 Mei 2022, dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>.
- We Are Social (n.d) Indonesian Digital Report 2022. Diakses 05 Mei 2022, dari <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>.