

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. a. (1990). *Consumer Evaluations of Brand Extensions Journal of Marketing*, 54(1), .
- Anggit, Y. d. (2018). . “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Bali Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial)”. *Jurnal Manajemen* 8:20 , 41.
- Hennig- Thurau, T. K. ( 2004). “Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?” . *Journal of Interactive Marketing*, 18 (1), 38-52.
- Goyotte, I., Richard L. ., (2012). “ E-WOM scale : Word Of Mouth Measurement Scale For Eservice Context. *Canadian Jurnal Of administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Kauthar Nasiruddin, H. H. (2016). ”Electronic Word Of Mouth: Exploring The Consumer Perspective” ., *International Journal of Accounting & Business Management vol.4 (no.2)*, doi : 10.24924/ijabm/2016.11/v4.iss2/19.25.
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12.* . Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. ( 2009). *Marketing Management.*, 329-31
- Keni, Anastasia K. (2021). “Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, dan eWOM terhadap Purchase Intention Mobil di Jakarta”. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 5(5):524. Doi : 10.24912/jmbk.v5i5.13305.
- Kotler, P. d. ( 2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.* Jakarta.

Kotler P, Keller KL (2009). *Marketing Management*. 329-31

Kotler PdKKL. *Marketing Management*. 14 ed. New Jersey: Pearson; 2012. 546

Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management 16th edition*. New jersey: Pearson.

Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management (Global Edition) 15th Edition*. Pearson Education,Inc.

Lee,T., Park C.. (2009). ” Information direction, website reputation and eWOM effect: A moderating role of product type”. . *Journal of Business Research*.

Hatane. S., Lianto, (2014). “Analisis ewom, brand image, brand trust dan minat beli produk smartphone di Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol. 8, No. 2, doi: 10.9744/pemasaran.8.2.47-54, ISSN 1907-235X*.

LY Siregar dan & Irwan Padli Nasution, M. (2020). “Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*”. 2(1), 71–75.

M. A. Hamidun, & B. (2018). “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ouvalresearch)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 61(2)*, 61–68.

Maulani, N. A. (2018 ). “The influence of E-WOM on purchase intentions in local culinary business sector”. *International Journal of Engineering & Technology.*, 7(2):246-250. Doi : 10.14419/ijet.v7i2.29.13325.

Mulyandi, E. W. (2021). “Tren Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Generasi Milenial”. *Jurnal Manajemen Bisnis*.

- Nihayah, M. E. (2016). OLS regression; Passenger of Argo Muria and Argo Sindoro; The demand of executive class railway. Transportation. "Analisis Permintaan Perjalanan Pengguna Jasa Kereta Api Eksekutif Rute Semarang-Jakarta" .
- Novita Sari, M. S. (2017). "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com". *Jurnal Manajemen Magister, Vol. 03. No.01.*
- Prawira, Y. (2019). "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan" . *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 3 No. 6, doi : 10.24912/jmbk.v3i6.6100.*
- Ramadhani, F. (2021). Permodelan Kepemilikan Kendaraan Pribadi Berdasarkan Karakteristik Rumah Tangga.
- Rita Ambarwati, T. H. (2020). factor analysis; EFA; multiple projects. "Success Factor Analysis of Multiple Project Management". *IPTEK Journal of Proceedings Series No. (1) (2020), ISSN (2354-6026), doi : 10.12962/j23546026.y20il.7992.*
- Saputri, F. F. (2018). "Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa IAIN Surakarta)".
- Hennig-Thurau, K. P. (2004). "Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?". *Journal of Interactive Marketing. Volume 18, Issue 1, 38-52.*
- Tjiptono., F. (2005). *Strategi PemasaranI. Edisi Kedua.* Yogyakarta: Andi Offset.

Tongkotow Liedfray, F. J. (2022). “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara”. *JURNAL ILMIAH SOCIETY, Jurnal Volume 2 No. 1* .

Widjayatri, S. H. (2022). “Pengaruh Pola Asuh Generasi X Dan Generasi Y (Milenial) Terhadap Karakter Anak Usia Dini” . Vol 4, No 1.

Wildiansyah, S. N. (2021). “ Peran Citra Merek Pada Hubungan Antara Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Oleh Beauty Vlogger dan Minat Beli Produk Kosmetik. *Jurnal Sain Manajemen, vol. 3 no.1*.