# DAFTAR PUSTAKA

Aeker, D. . (2018). *Manajemen Ekuitas Merek* (Spektrum (ed.)

Arikunto, S. 2017. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta

Bambang, A., & Heriyanto, M. (2017). Pengaruh Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova (Survey Konsumen Pada Dealer PT. Agung Automall Cabang Sutomo Pekanbaru). *JOM FISIP*, *4*(2), 1–11.

Basu dan Handoko, 2017. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen.* Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE

Berthon, P.R., Pitt, L.F. & Kates, S.M. 2017. When Customers Get Clever: Managerial Approaches to Dealing with Creative Consumers. *Business Horizons. 50: 39–47.*

Blackstone, Elena Delgado and Jose Lius Manuera – Aleman. 2016. “Brand Trust In Context of Consumer Loyalty”. *European Journal of Marketing*. Vol 35 No. 5. 145-155

Bruhn, M., Schoenmueller, V. & Schäfer, D.B. 2017. Are Social Media Replacing Traditional Media in Terms of Brand Equity Creation? *Management Research Review. 35(9): 770–790*.

Creel, M. (2016). *Econometrics, Ed 5th*. Universitat Autonoma de Barcelona

Davidson, R. dan J. G. M. (2016). *Econometrtics Theory and Methods*. Oxford University Press.

Dewi, D. R., Hartono, S., & Istiqomah. (2017). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Probiotik Merek Yakult (Studi Kasus Pada Konsumen Yakult di Kampung Botokan Pajang Laweyan Surakarta). *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, *1kualitas*(1), 1–12.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Guspil, Ahmad. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). Jurnal PPKM UNSIQ I (2014) 40-54 ISSN: 2354-869X

Hariono, L. (2018). Apakah E-WOM (electronic word of mouth) bisa mengalahkan wom (word of mouth) dalam mempengaruhi penjualan produk kuliner. *Kompetensi*, *12*(1), 12–23.

Heidemann, J., Klier, M. & Probst, F. 2017. Online Social Networks: A Survey of a Global Phenomenon. *Computer Networks. 56(18): 3866–3878*.

Kevin, Andreanus; Zakaria Wahab; dan Muchsin Saggaff Shihab. 2020. The Impact of Online Consumer Reviews Dimension on Online Purchase Intentions In Tokopedia”. *International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 10*, *387-393*.

Kolter, P., & keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Lau, Geok Then and Sook Han Lee. 2019. “Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty”. *Journal of Market* *Focused Management*.

Lee, N., Zhang, M., dan Jeong, W. 2015. The effects of value co-creation practices on building harmonious brand community and achieving brand loyalty on social media in China. *Computers in Human Behavior, 48: 492–499*.

Mangold, W.G. & Faulds, D.J. 2019. Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix. *Business Horizons. 52(4): 357–365*.

Moleong, Lexy J. 2017. Metodelogi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Mowen. John C dan Michael Minor. 2018. *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Penerbit Erlangga

Murtiningsih, D., Moeljadi, Noermijati, & Rofiaty. (2016). The effect of brand trust and brand loyalty (studies in the university of budi luhur jakarta). *International Journal of Business, Economics and Law*, *11*(2), 57–61.

Ningsih, E. S. P. (2019). *Pengaruh rating dan online customer review terhadap keputusan pembelian secara online pada marketplace shopee*. 1–93.

Novi, f. K., & ellyawati, j. (2021). Adopsi informasi, anteseden dan pengaruhnya pada niat beli: studi tentang ewom di media sosial. *Journal of management (sme’s)*, *14*(3), 327–349.

Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2019). *Pengaruh Komunikasi Sosial Media Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Kosmetik Halal (Yulfan A. Nurohman, Rina Sari Qurniawati) 19*. 19–34.

Philip Kolter, & GaryAmstrong. (2016). *prinsip-prinsip pemasaran*.

Pramesti, R. C., Mursityo, Y. T., & Rokhmawati, R. I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Iklan Ramayana Department Store. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, *3*(5), 4170–4177.

Ramadhan, Agung Fikri. 2019. Pengaruh Online consumer review, Potongan Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Game pada Aplikasi STEAM. (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Sarjana thesis, Universitas Brawijaya. Tesisn Universitas Brawijaya.*

Rangkuti, Fredddy. 2016. *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta:Gramedia Pustaka.

Romdonny, J., & Rosmadi, N. L. M. (2018). Peran media sosial dalam mendukung pemasaran produk organisasi bisnis. *1*(1), 25–30.

Rusliyawati, Damayanti, & Prawira, S. N. (2020). Implementasi Metode Saw Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Model *Social Customer Relationship Management*. *Jurnal Ilmiah Edutic*, *7*(1), 12–19.

Soong Ching-Hsien. 2018. *A Study on the Relationship beetwen Brand Trust and Custumer Loyality based on the Customer Aspect.* Department of Business Management, Mei--Ho Institute of Technology, Taiwan

Sugiyono. (2019). *metodo penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (ke 2). Alfabeta.

Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, *8*(2), 253. https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764