

## DAFTAR PUSTAKA

- Alrwashdeh, M., Emeagwali, O. L., & Aljuhmani, H. Y. (2019). *The effect of electronic word of mouth communication on purchase intention and Brand Image: An applicant smartphone brands in north Cyprus. Management Science Letters*, 9(4), 505–518. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.1.011>
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media
- Andrian. et. al. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Rena Cipta Mandiri
- Bauernhasl, Thomas, et al. 2014. *Industrie 4.0 in Production, Automatisierung and Logistic*. Springer Vieweg
- Astuti Mirguna., & Amanda Agni. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. CV BUDI UTAMA
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2010). *The effectiveness of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis. In 23rd Bled eConference eTrust: Implications for the Individual, Enterprises and Society - Proceedings* (pp. 329–345)
- Danuri, M. (2019). *Development and transformation of digital technology. Infokam, XV(II)*, 116–123.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). *Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. Ekonologi : Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Galuh Ciamis*, 5(1), 1–6.
- Darna Et Al. (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublisher Publisher.
- Fatimah, S. E., & Fadhilah, H. R. (2022). *Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. Jebm: Jurnal Manajemen*, 14(4), 801–806.
- Firdaus, S., Oktarienza, T., Sanjaya, V. F., Ekonomi dan Bisnis, F., & Islam Negri Raden Intan, U. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam. Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 2022. <http://jema.unw.ac.id>
- Fitria, I. J., & Qurohman, T. (2022). *Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Oppo. Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 18(1), 26-37.

<https://doi.org/10.54783/portofolio.v18i1.207>

Ftriahningsih, A. S. C. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Makassar. Thesis.

Gadhafi, M. (2015). Pengaruh Electronic *Word of Mouth* Terhadap Niat Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Pada Produk Laptop Acer Di Surabaya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya 2015.

Goyette et al. (2010). *e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context.*

Haleem, Abid, et al. (2023). Sustainable Operations and Computers. Elsevier B.V.

Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>

Hariono, L. (2019). *Apakah E-Wom (Electronic Word of Mouth) Bisa Mengalahkan Wom (Word of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. Competence : Journal of Management Studies*, 12(1).  
<https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i1.4946>

Hasan Syahril. (2022). *Pengantar Manajemen*. Padang. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

Helmi. (2015). *Perilaku Konsumen: Minat Beli* (N. Mahanani (ed.)). Erlangga.

Indisari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya:Unitomo Press

Jalilvand,M.R.,&Samiei,N.(2012).The effect of electronic word of mouth on *Brand Image* and purchase intention: Anempirical study in the auto mobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*,30(4).  
<https://doi.org/10.1108/02634501211231946>

Kartajaya, Hermawan. 2016. *Tourism Marketing 3.0*. Jakarta: PT Gramedia

Kauthar Nasiruddin, H. H. (2016). "Electronic Word Of Mouth: Exploring The Consumer Perspective",

Kotler, Philip., Keller, Kevin, Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, Philip., Bowen, J. ., & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and*

*Tourism: Sixth Edition. London. Pearson Education Limited.*

- Kotler, Philip., & Keller, Kevin. Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusuma, A. F., & Wijaya, T. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek*. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 30–42.
- Laksono, A. W., Suryadi, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang*. *Holistic Journal of Management Research* Volume I, No.1.
- Liyono, A. (2022). *Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-WOM) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>
- Malik, M.E., Ghafoor, M.M., & Iqbal, H.K. (2013). *Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior*. *World Applied Sciences Journal*, 23(1).
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). *Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. *Jesya*, 3(2), 506–519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Novitasari, E. (2020). *Dasar-Dasar Ilmu Manajemen (A. Ishartadi (ed.); 1st ed.)*. UNICORN.
- Pratama Rheza. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta. CV BUDI UTAMA.
- Rachmad Yoesoep, et. al. (2022). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Studi Kasus. Jambi*. PT. SONPEDIA PUBLISHING INDONESIA
- Robbins, S. P., & Coulter, M. 2016. *Management*, jilid 1 Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Romadhona. (2018). *Influence Of Packaging Design , Promotion And Brand Image On Consumer Buying Interest ( Study Case Of Consumers Glek-Glek Tea Nganjuk )*. 1(2), 91–101.
- Rusman. (2020). *Konsep Dasar Teknologi Informasi*. *Medium.Com*, 1–22. <https://medium.com/@niamkholidin23/konsep-dasar-teknologi->

informasi-491beca847ce

- Schwab, Klaus.(2016) *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum
- Simamora, Bilson. 2015. *Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sucahyowati, H. (2017). *Pengantar Manajemen: Sebuah Pengantar*. Wilis.
- Suhandi, N., Ayu, E., Putri, K., & Agnisa, S. (2018). *Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk terhadap Jumlah Kemiskinan Menggunakan Metode Regresi Linear di Kota Palembang*. 09(2), 77–82.
- Suhardi. (2018). *Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya*. Yogyakarta. PENERBIT GAVA MEDIA
- Sudaryono, D. 2106. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suprihatini, R., & Maarif, S. (2016). *Peran Teknologi Terhadap Keunggulan Bersaing, Strategi dan Sistem Peningkatan Penguasaan Teknologi di Industri Teh Indonesia*. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 17(1), 49. <https://doi.org/10.21082/fae.v17n1.1999.49-65>
- Tambrin, M., 2010. *Pengaruh Brand Image Terhadap Pelanggan Kartu Simpati Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura*. *Jurnal Studi Manajemen*. Jilid 4 No.1 April 2010.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen( Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Wakhida, U. I., & Sanaji, S. (2020). *Peran Perceived Usefulness dan Perceived Risk sebagai Variabel Pemeditasi pada Pengaruh Perceived Ease of Use dan e-WOM Negatif terhadap Niat Pembelian Para Pengguna Aplikasi Layanan Kesehatan Halodoc*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1158.

- Wijaya Candra, D., & Rifa'i, M. (2016). *Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efesien*. In Perdana.
- Wulandari. & Iskandar. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik*. Jakarta. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIATVol.3, No.1Februari2018:11-18P-ISSN 2527-7502 E-ISSN 2581-2165
- Yana Siregar, L., Irwan Padli Nasution Prodi Manajemen, M., & Negeri Islam Sumatera Utara, U. (2020). *Development of Information Technology on Increasing Business Online*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 71-75.
- Yang, Yang, Park, Sangwon, & Hu, Xingbao. (2018). *Electronic Word Of Mouth And Hotel Performance: A Meta-Analysis*. *Tourism Management*, 67, 248-260.
- Yudhanto, Y. (2018). *Information technology Business Start-Up ilmu dasar merintis start-up berbasis teknologi infromasi untuk pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi* (1st ed.). Forum Pemuda Aswaja.