

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, R. A., & Ramli, A. H. (2025). *The Effect Of Customer Experience , Customer Satisfaction And Word of Mouth On Customer Loyalty*, 13(2), 685–702. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v13i2.2930>
- Alfin Salim, S. Z. (2018). Analisis Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Torabika, 1–10.
- Anom, P., Wisnawa, W., Agung, A., Agung, P., & Suardhika, I. N. (2025). *The Influence of Word of Mouth (WOM) and Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty at PT Garuda Sertifikasi Indonesia with Customer Delight as a Mediating Variable*.
- Assauri, S. 2018. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, & Strategi). Depok: Raja Grafindo Persada.
- Buchori. (2020). Buletin Ekonomi Words Of Mouth (WOM) sebagai Penentu Keputusan Pembelian Buletin Ekonomi, (2), 159–166.
- Deepak, R. K. A., & Jeyakumar, S. (2019). *Marketing Management. Educreation Publishing*
- Dwi Gemina, Dewi Rahmawati, T. K. (2024). Loyalitas Pelanggan Berbasis *Word Of Mouth , Brand Image*, 13(8), 1756–1769.
- Ermansyah, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., Info, A., History, A., & Image, B. (2022). Peran *Brand Image* dan *Word Of Mouth*, 150–158.
- Fadillah, R., & Sari, D. K. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Konsumen Muda Kota Padang di Kafe Lokal Modern *House of Musi*, 7(5), 3959–3970.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & D, Y. S. M. A. (2021). *Word of Mouth marketing* berpengaruh terhadap keputusan kuliah, 23(4), 648–657.
- Firmansyah, A. (2022). Pengaruh *Emotional Branding* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Kopi Kenangan) (*Doctoral dissertation*).
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Muhammadiyah University of Surabaya.
- Fitriani, D., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Moderasi *Brand Image* terhadap Hubungan antara Promosi dan Loyalitas pada Pelanggan *ShopeeFood* di Magelang, 3(2), 39–49.
- Foster, B. (2016). *Impact of Brand Image on purchasing decision on mineral water product “Amidis” (Case study on bintang trading company)*. *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1-11.
- Gunarso, L., Andriano, J., & Sihombing, S. O. (2020). Keterhubungan antara

- Kemampuan , Kebajikan (Benevolence), dan Integritas Perusahaan Terhadap Kepercayaan dan Partisipasi Pelanggan : Studi Empiris pada Tokopedia, 4(2), 330–342.
- Hanum, L., Harahap, N. J., & Halim, A. (2024). *Customer Loyalty At Cafe Massa Kok Tong Rantauprapat Pengaruh Produk , Brand Image, Word of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Massa Kok Tong Rantauprapat*, 5(2), 5191–5203.
- Harjati, L. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu NIKE pada Mahasiswa KWIK KIAN GIE *School Of Business Ezra Laurencia* Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie Alas , 1–13.
- Hasibuan & Melayu, S. P. 2019. Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heng, L., & Afifah, N. (2020). *Entrepreneurial Orientation for Enhancement of Marketing Performance*, 10(3), 46–53.
- Hidayah, N. (2025). Pengaruh *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pelanggan Sociolla Di Royal Plaza Surabaya, 2(4), 269–275.
- Ismasari, R., & Farida, N. (2016). Pengaruh *Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap *Repurchase Intention* Melalui *Brand Trust* Smartphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 5(4), 19–32. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewFile/12880/12483>
- İsoraite, M. (2016). *Marketing Mix Theoretical Aspects. International Journal of Research-Granthaalayah*, 4(6), 25-37.
- John.W, C. (2019). *Research Design Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (Pustaka Pe).
- Joseph F. Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Pearson.
- Kadek Ery Satya Pranandha, N. M. W. K. (2022). Peran *Word Of Mouth* Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, 11(3), 443–463.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing, Issue 14, New Jersey :Prentice-Hall Published. In Principles Of Marketing, 14th Edition (14th ed.)*
- Kotler, P., & Keller, K.L (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Phillip dan Gery Armstrong. (2018). *Principle of Marketing. 17e Global Edition, Peasron Education Limited. United Kingkom. CM17NA*
- Karnawati, T. A. (2025). *Mediating Role Of Brand Trust in the Relationship between Word of Mouth and Purchase Decision of Fresh Products in Minimarkets* Tin Agustina Karnawati, 15(2), 58–63.

- La Ode Sugianto, Titin Eka Ardiana, D. P. W. (2021). *The Effect of Brand Image and Product Quality on Purchase Decision*, 2022(1), 56–64. <https://doi.org/10.29040/ijebbar.v6i2.4327>
- Manulang & Hutabarat. 2016. Manajemen Pemasaran daalm Kompetisi Global. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Maupa, H. (2020). Pengaruh *Online Marketing* dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap *Customer Satisfation* Melalui Estetika Produk Pada Perusahaan Ampa Bakery Takalar *The Effect of Online Marketing and Word of Mouth Communication towards Customer Satisfaction through Product Aesthetics at Ampa Bakery Takalar*, 17(1), 43–68.
- Miranti, T. (2024). *The Influence Of Brand Image And Customer Trust On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction With Gender As A Moderation Variable*, 18(1), 171–185.
- Misdar, F., Ikhwanudin, N., Adam, P., Studi, P., Ekonomi, M., Pascasarjana, P., ... Digital, P. (2025). Kajian Sistematis atas Stimulus – Organism – Response (S-O-R) dalam Pemasaran Digital Syariah, 12(1), 223–232.
- Muhammad Dala Rizfie, Azhari Azhari, Miyv Fayzhall, Yayah Yulia, Thina Oktarina, R. N. S. (2025). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Perencanaan Keuangan, 7(2), 48–56.
- Muhtarom, A., Cholidah, L. N., Priambodo, W., & Agustin, W. (2022). Pengaruh Komunikasi *Word of Mouth* , Kualitas Pelayanan , Kepercayaan Konsumen dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan UMKM Kerupuk Tempe pada UD Dua Putra Desa Menongo Kecamatan Sukodadi (Analisis Metode Partial Least Sq, 115–127.
- Nova Ayu Hasian Panjaitan, Wan Suryani, M. W. (2025). Pengaruh *Word of Mouth* Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Xiboba Jl Karya Wisata Medan Johor, 4(3), 4606–4615.
- Novia, F., Safitri, A., Sudirman, H. A., Samarinda, W. G., Muhammadiyah, U., Timur, K., & Samarinda, P. N. (2024). *Effect Word Of Mouth , Seervicespace , and Service Quality And Convenience On Loyalty Through Trust*, 90–105.
- Pintubatu, C., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 5749–5757. www.kominfo.go.id, 2019
- Purmono, B. B. (2023). *Does Innovation Capability and Technology Capabilities Affect The Marketing Performance Of Smes In Indonesia ?*, 12(03), 214–229.
- Putu, N., Pratami, N., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2023). Pengaruh *Word of Mouth* dan *World Class University* terhadap Pemilihan Perguruan Tinggi, 14(1), 43–54.
- Pratminingsih, S. A., Wiludjeng, S., & Purwaningdyah, S. (2024). *Reliving the moments : Exploring tourists ' staycation experience through S-O-R*

- framework*, 28(2), 225–240. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol28.iss2.art6>
- Rahmawati, I., & Setyowibowo, F. (2025). Pengaruh Stimulus Terhadap Pembelian Impulsif melalui Reaksi Kognitif dan Afektif: Kerangka Kerja Stimulus-Organism-Response (SOR), 13(3), 248–258.
- Ratih Amelia, S. A. (2020). Optimalisasi Membangun *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Value* dan *Customer Retention* sebagai Variabel Intervening, 26, 268–279.
- Riadi, S. S., Heksarini, A., Lestari, D., Maria, S., Zainurossalamia, S., & Yudaruddin, R. (2022). *The Benefits of e-Commerce before and during the Covid-19 Pandemic for Small Enterprises in Indonesia 2 Literature Review*, 18, 69–79. <https://doi.org/10.37394/232015.2022.18.8>
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2016. *Management, Volume 1 Edition 13*. Translated by: Bob Sabran and Devri Bardani P. Erlangga, Jakarta
- Salsabila, S., Pauzy, D. M., & Asyiah, A. K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Pabrik Tahu MS Tasikmalaya) *The Influence Of Product Quality And Word of Mouth On Customer Loyalty* (Survey of tofu factory customers MS Tasikmalaya), 1(1), 21–34.
- Santoso, R. P. (2025). Peran *Brand Trust* dan *Customer Relationship* dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada UMKM Kuliner Lokal di Kota Kediri, 10(10), 148–156.
- Schermerhorn. (2017). *Management 6th Asia-Pacific edition custom F/Out (black and white)*.
- Siregar, A. I., & Mappadeceng, R. (2021). *The Influence of Brand Image, Trust , Electronic Word of Mouth On Consumer Loyalty of Jambi Typical Souvenirs* (Outlet Tempohoyac), 5 (September), 512–518. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.407>
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Sunyoto, D. 2019. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan ke 3. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, E. F., Rouly, D., & Pandjaitan, H. (2024). *The Effect of Trust on Customer Loyalty through Customer Satisfaction*, 203–210. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2404>
- Syaib, A., Nur, R. M., & Hidayat, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan, 3, 16–30.
- Terry, G. R. (2021). *Management Fundamentals Revised Edition*. Bumi Aksara.
- Toruan, R. R. M. L. (n.d.). Proses Implementasi *Word Of Mouth* dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan, 155–166.
- Tyas Pratiwi Eka Sari, K. (2022). Pengaruh CRM Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Trust* Sebagai Variabel Mediasi Pada *Online Shop*, 12(2),

124–141.

Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat, *1*(3).

Wahyono, U. N. (2020). *Building Customer Loyalty through Strategy Experiential Marketing, Service Quality, and Customer Satisfaction*, *9*(2).

Warpindyastuti, L. D., Aprita, Y. M., & Azizah, A. (2022.). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening*, 8–13.

Wirantasa, U. (2017). Pengaruh Kedisiplinan Siswa Terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, *7*(1), 83–95. <https://doi.org/10.30998/formatif.v7i1.1272>

Yulia, Y. (2019). Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi Asosiatif. *Repositori Stei*, (2007), 45–61.

Yuliana, Y., & Hutasuhut, J. (2019). Penerapan *Word Of Mouth* untuk Meningkatkan Kunjungan Satawan pada Jasa Penginapan di *Word-of-mouth communication*

