

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, N., Prihatini, A. E., & Pradhanawati, A. (2022). Pengaruh Brand Experience Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Maskapai Penerbangan Citilink (Studi Pada Pengguna Maskapai Penerbangan Citilink Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 41–49. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2022.33283>
- Anggraini, R. I., & Nurhadi. (2023). “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Akun Twitter @Eminacosmetics, Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Trust (Studi Pada Remaja Wanita Pengguna Kosmetik Emina Yang Memiliki Akun Twitter Di Kota Surabaya).” *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(2), 2065–2073. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i3.1514>
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal Of Marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.1509/Jmkg.73.3.52>
- Charvia, K., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Brand Experience Terhadap Brand Trust (Studi Terhadap Pengguna Ovo Di Jakarta). *Prologia*, 4(2), 237. <https://doi.org/10.24912/Pr.V4i2.6483>
- Delgado-Ballester, E. (2011). Brand Trust Scale. *International Journal Of Market Research*, 45(1), 35–54. <https://doi.org/10.26668/2023.v8i7.1955>
- Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2025). Pengaruh Customer Experience Dan Switching Barriers Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Pada Umkm Ritel. *Relasi Jurnal Ekonomi*, Xxi(1), 1–19. <https://jurnal.itsm.ac.id/index.php/Relasi/Article/View/706>
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Up Date Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi Ke-9*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls)* (4th Ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. Badan Penerbit - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Hamdat, A. (2020). *Buku Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Manajemen Dan Strategi Pemasaran Dalam Bisnis* (Issue September 2020).

- Kurniawan, D., Tumbuan, W. J. F. A., & Roring, F. (2021). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E – Money Fintech Pada Mahasiswa Di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid – 19. *Jurnal Emba*, 9(3), 695–704. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.34981>
- Kusuma, R. V. S., Listyawati, L., & Sri Lestari, D. (2024). Pengaruh E-Wom Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 97–110.
- Mayo, R. P., Nugraha, H. S., & Saryadi, S. (2023). Pengaruh E-Promotion Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan (Studi Pada Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 184–194. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2023.37271>
- Mussalman, M. M., & Madiawati, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Experiential Marketing, E-Wom Dan Iklan Sosial Media Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Menggunakan Aplikasi Bibit. *Yume: Journal Of Management*, 5(1), 217–230. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.344>
- Pratama, L. V., Fatimah, F., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Kembali: Studi Kasus Pada Warung Ayam Gepuk Sambel Ijo Genteng Banyuwangi. *Journal Of Business Management*, 2(1), 1–4. <https://doi.org/10.47134/Jobm.V2i1.11>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135. <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.11294>
- Puspaningrum, A. (2020). *Social Media Marketing And Brand Loyalty: The Role Of Brand Trust*. 7(12), 951–958. <https://doi.org/10.13106/Jafeb.2020.Vol7.No12.951>
- Puspitasari, C. D., Dayinta Puspitasari, C., Susanti, A., Manajemen, S., Tinggi, I. E., & Surakarta, S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Online Customer Review Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pengguna Aplikasi Ovo Di Solo Raya. *Jurnal Bintang Manajemen (Jubima)*, 1(3), 241–256. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1892>
- Putra, T. W. (2020). *Brand Experience , Perceived Value , Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty : Brand Love Sebagai Variabel Mediasi*. 4(1), 184–193.
- Rachman, A., Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2024). Analysis Of The Influence Of Brand Image, Price And Service Quality On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Jurnal Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 209. <https://doi.org/10.31000/Combis.V6i2.11295>

- Renggowati, W. J., Prihatini, A. E., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Penggunaan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 986–997. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.39759>
- Rohmaniyah, F. A., Asiyah, S., & Rachmat, A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, E-Wom, Dan Cashless Society Terhadap Keputusan Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Qris (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen*, 12(02), 1–10. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/22591>
- Salsabila, H. (2024). *Pengaruh Brand Trust Dan Harga Terhadap Lembaga Kita Center Pekanbaru Keputusan Penggunaan Jasa Pada*. 5(2), 5708–5720.
- Sofyan, M. (2017). Pengaruh Csr Perusahaan Terhadap Citra Merek Dan Loyalitas Merek. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 1–18. <https://doi.org/10.20885/jsb.Vol21.Iss1.Art1>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
- Syarifah, N., & Fazizah, A. (2024). *Jurnal Ekonomi Revolusioner Pengaruh Product Knowledge , Brand Experience Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Reservasi Hotel Online Melalui E-Wom (Studi Pada Pengguna Layanan Reddoorz Generasi Millenial Di Indonesia)*. 7(9), 52–59. <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jer/article/view/4055>
- Tjiptono F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Andi Offset.
- Yulista, V., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Layout , Harga ,Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dragon Cafe Banyuwangi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 793–805. <http://Journal.Unimma.Ac.Id/Index.Php/Conference/Article/View/7522>