

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. (2018). *Yayasan Penyelenggara Penerjemah Penafsir Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Departemen Agama RI.
- A., Morissan M. dkk. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Abdullah, Thamrin. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Abzari, Mehdi, Reza Abachian Ghassemi, dan Leila Nasrolahi Vosta. (2014). *Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company*. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143 No. 71.
- Aditya, Kadek Yoga dan I Made Wardana. (2017). *Memediasi Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 6 No. 2.
- Alves, S., Abrantes, J. L., Antunes, M. J., Seabra, C., & Herstein, R. (2016). *WOM Antecedents in Backpacker Travelers*. *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 5.
- Antonio, Muhammad Syafii, dan Tim Tazkia. (2012). *Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager" buku 2 Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta : Tazkia Publishing.
- Apriliansa, Eka Sri. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin)*. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 1.
- Aries, Muhammad, Sunarti, dan Kholid M. Mawardi. (2018). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 6 No. 3.
- Armellini, Guillermo. (2011). *The effect if word of mouth in customer equity and brand equity*. *Chinese Business Review*. Vol. 10 No. 3
- Audrain-Pontevia, A.-F., N'Goala, G., & Poncin, I. (2013). *A good deal online: The Impacts of Acquisition and Transaction Value on E-satisfaction and E-loyalty*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 20 No. 5.

- Dewi, Ayu Indra, dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. (2018). Peran Citra Merek memediasi Pengaruh Word of Mouth terhadap Purchase Intention. *E- Jurnal Manajemen*. Vol. 7 No. 4.
- Dewi, Ni Komang TW, I Nyoman Nurcaya. (2020). The Role of Citra Merek Mediated the Effect of Word Mouth on Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*. Vol. 4 Issue 3.
- Dinata, Elshalinge. (2020). Larangan Keberlakuan Surut Pada Aturan Merek Dalam Studi Kasus Sengketa Merek Benu. *Jurnal Hukum Magnum Opus*, Vol. 3 No. 2.
- Durianto, dkk. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 23. Edisi 8. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hakim, Lukman. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Erlangga.
- Hanaysha, Jalal. (2016). Examining the Link between Word of Mouth and Brand Equity: A Study on International Fast Food Restaurants in Malaysia. *Journal of Asian Business Strategy*. Vol. 6 Issue 3.
- Indra, Carolus. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Purchase Intention Dengan Citra Merek dan *Perceived Service Quality* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Program KPR Bersubsidi Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12 No. 1.
- Juniantoko, Ardy Dwi, Supriono. (2017). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 53 No. 2.
- Khan, Saba Anwar, Naveed Ramzan, M.Shoaib, dan Adam Mohyuddin. (2015). Impact of Word of Mouth on Customer Purchase Intention. *Science International*. Vol. 27 No. 1.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.

- Kraim, H.S. (2011). The Influence Brand Loyalty on Cosmetics Buying Behavior of UAE Female Consumers. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 3 No. 2.
- Mao, Yanhui, Yao Lai, Yuwei Luo, Shan Liu, Yixin Du, Jing Zhou, Jianhong Ma, Flavia Bonaiuto, and Marino Bonaiuto. (2020). Apple or Huawei: Understanding Flow, Brand Image, Brand Identity, Brand Personality and Purchase Intention of Smartphone. *Journal Economic and Business Aspects of Sustainability*. Vol. 12 No. 8.
- Maruf, Abdulla. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Aswaja Pressindo.
- Meylinda, Maudy Vena. (2017). Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar. *Skripsi*. Ekonomi dan Bisnis Islam. Makassar: Universitas Alauddin Makassar.
- Nabila, Nurul. (2016). Pengaruh Word of Mouth terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian pada kafe kolong Jember. *Skripsi*. Ekonomi dan Bisnis. Jember: Universitas Jember.
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, dan Andriani Kusumawati (2015). Pengaruh word of mouth terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No. 1.
- Nulufi, K., dan Murwatiningsih. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Citra Merek dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*. Vol. 4 No. 2.
- Oktavianto, Yuda. (2013). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus di Kota Batu. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 3 No. 1.
- Pelupessy, Selvina Juliana, I Made Wardana dan Ni Wayan Sri Suprapti. (2017). Peran Citra Merek dalam Memediasi Pengaruh WOM terhadap Switching Intention ke Produk Smartphone merek Samsung di Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 6 No. 5.
- Permadi, Prima C., Srikandi K., dan Andriani K. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 10. No. 1.

- Pramesti, Ida Ayu Chintia, dan Gede Bayu Rahanatha. (2019). Peran Citra Merek memediasi Pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap Niat Beli Konsumen. *E- Jurnal Manajemen*. Vol. 8 No. 1.
- Resmawa, Ira Ningrum. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating variabel pada produk The Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 1 No. 2.
- Richmoslem, Abdollah dan Laode Masihum. (2012). *Rasulullah Business School*. Jakarta: PT. Santri Ikhwanur Rasul.
- Riduwan dan Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Roslina. (2010). Citra Merek : Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. Vol. 6 No. 3.
- Rozayni. (2011). Perilaku Konsumen menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus di Komplek Pemda Perumahan Cemara Rt 03 rw 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru). *Skripsi*. Syariah dan Ilmu Hukum. Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.
- Sangadji, Etta Mamang. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sani, Ahmad. dan Vivin Maharani. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: Uin Press.
- Santoso, Slamet. (2015). Penelitian Kuantitatif Metode dan Langkah Pengolahan Data. Universitas Muhammadiyah Ponorogo Press.
- Satria, Daniel Adhi, dan Helena Sidharta. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 2 No. 3.
- Schiffman, dan Kanuk. (2010). Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sernovitz, Andy. (2012). Word of Mouth How Smart Companies Get People Talking. Austin: Greenleaf Book Group Press.

- Simamora, Bilson. (2011). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sitepu, Novi Indriyani. (2016). Prilaku Bisnis Muhammad SAW Sebagai Entrepreneur dalam Filsafat Ekonomi Islam. *Human Falah*. Vol. 3 No. 1.
- Soltani, Morteza, Mohammad Rahim Esfidani, Gholamreza Jandaghi, dan Nima Soltaninejad. (2016). The Effect of Service Quality on Private Citra Merek and Purchase Intention in The Chain Store of ETKA. *World Scientific News*. Vol. 47 No. 2.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sunarti, Miki Ambarwati dan Mukhammad Kholid Mawardi. (2015). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 25 No. 1.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen : Paduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service.
- Supranto, dan Limakrisna, Nandan. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Bandung.
- Suyono, AG, Sri Sukmawati, Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Brand Management Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, Andre. (2020). Penyelesaian Sengketa Dagang Dalam Studi Putusan Geprek Benu Melawan I Am Geprek Benu. *Skripsi*. Departemen Hukum Ekonomi Medan: Universitas Sumatera Utara.

Website :

<http://www.depkop.go.id/>

<https://kabar24.bisnis.com/read/20141125/78/275208/inilah-asal-usul-nama-jatinegara-jakarta>

<https://dgip.go.id/menu-utama/merek/pengenalan>