

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Ultra Ilmia. 2021. Pengaruh *Word Of Mouth*, *E-Commerce* Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Baju Murah Lamongan. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa*. Volume 1 Nomer 2.
- Alexander Danil Santoso dkk. 2019. Pengaruh *Brand Authenticity terhadap Brand Attachment, Brand Love* dan *Consumer Emotional Well Being* pada konsumen *High Luxury Brands Products* Di Surabaya. *Jurnal AGORA*. Volume 7 nomer 2.
- Clarissa Chen. 2020. Pengaruh *Perceived Quality, Brand Attachment* Dan *Costumer Satisfaction* Terhadap *Purchased Intention*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirusahaan*. Volume 4 Nomer 6.
- Erkan Yildiz. 2017. *Measuring the Effects of Brand Authenticity Demension on Word Of Mouth Marketing Via Brand Image Using Structural Equation Modeling*. *International Journal of Business and Social Science*. Volume 8 nomer 3.
- Guen Anjalia. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen *Handpone* Pada Mahasiswa FEB Unsrat. *Jurnal EMBA*. Volume 6 Nomer 3.
- Ilicic, J Webster, 2014. *Investigating Consumer – Brand Relation Authenticity*, *Journal of Product & Brand Management*. Volume 21 Nomer 14. Pp 342-363.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mokhtar Suisanah. 2020. Pengaruh *Word Of Mouth* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kota Makassar. *Jurnal Stienobel*. Volume 7 Nomer 1.
- Marantika Wira Sarsono. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, Dan *Store Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Toko Amigo Medan. *Jurnal Maksipreneur*. Volume 10 Nomer 1.
- Manthiou, 2018. *The Impact Of Brand Authenticity On Building Brand Love, An Investigation Of Impression In Memory And Lifestyle-Congruence*. *International Of Journal Of Hospitality Management*, Hal 38-47.

- Prasetya Nava. Dkk. 2019. Pengaruh *Corporate Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Produk Pada Madani Skincare Kediri. JIMEK. Volume 2. Nomer 2.
- Rose Brigtta. 2020. Pengaruh *Authenticity, Brand Fit, Community, Dan Content* Dalam Mukbang Influencer Di Youtube Terhadap Minat Beli. Skripsi. Hal 95
- Retnani Aryunika Putri. 2021. Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Rumah Makan Ayam Bawang Cak Per Sidoarjo. *Jurnal of Sustainability Business Research*. Volume 2 Nomer 1.
- Susianti Febri. 2019. Pengaruh Iklan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Kartu Perdana Simpati Pada Mahasiswa STIE “KBP” Padang. Halaman 18.
- Sugiyanto. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, *Word Of Mouth*, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Laptop Merek Acer Di Kota Palembang. *Jurnal Mnanajemen*. Volume 2 Nomer 2. Hal 132.
- Sunarti, 2018. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 60 No 3.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian *Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. Statistika Penelitian. Bandung: CV ALFABETA.
- Swastha, Besu & Handoko, Hani. T. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Wahyuni Dwiki. 2018. Pengaruh *Authenticity* Dan *Emotional Attachment* Chelsea Olivia Di Instagram Terhadap *Word Of Mouth (WOM)* dan *Purchased Intention*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Surabaya*. Volume 7 Nomer 1