

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, E. A, Fazizah, A. (2019). Perbandingan Peran Pekerja Pria Dan Pekerja Wanita Terhadap Jumlah Hasil Kerja Memetik Daun Teh. *Jurnal Administrasi Bisnis (JABis)* p-ISSN 1836, 2277
- 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). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 1).
- Anam, K. Fazizah, A. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Ayo Src, Pembinaan Program Src Dan Keberagaman Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Klontong Di Kabupaten Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2 (4), 912-922
- apjii.or.id. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Apjii.or.Id.
- Astuti, O.P. Fazizah, A. (2023). Membangun brand love melalui digital sensory marketing: dimediasi oleh brand experience (Studi pada konsumen J.CO Donuts & Coffe Malang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (4): 131–141.
- 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
- Chanaya, N., & Sahetapy, W. L. (2020). *Pengaruh Brand Experience Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Wedding Organizer Perfect Moment* (Vol. 8, Issue 1).
- Fadilah, K. Fazizah, A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, dan Resiko Investasi terhadap Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 2 (3), 164-175.
- Farikha, A. Fazizah, A. (2023) Pengaruh Digital Marketing Dan Service Quality Terhadap Keputusan Berkunjung Melalui Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Wisata Hutan Cempaka Prigen Pasuruan). *Jurnal Spektrum Ekonomi*. Vol 7, No 9 September 2024, Hal 29-39
- Fazizah, A. Agustin, N. F. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 3 (3), 137-152
- Fazizah, A. Gunatrayana, I. (2020). Technology Factor dan Motivation to Share dalam membentuk Akulturasi Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel Kabupaten Pasuruan Jawa Timur JIABI – Vol. 4 No. 1.
- Fazizah, A. Sukoharsono, E. G. (2016). Analisis Penggunaan Aplikasi Sistem Informasi Logistik (SIL) Untuk Perencanaan, Pelaporan Dan Pengendalian Logistik Berbasis Web

Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Dan Kepuasan PENGGUNA (Studi pada : Pengguna Aplikasi SIL Perum Bulog Divisi Regional Jawa Timur). Profit: Jurnal Adminsitration Vol. 10. No 2

- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistics Version 26.0*. CV. DOTPLUS Publisher.
- Ghodang, H. (2020). *Path Analysis (Analisis Jalur)* (F. Ghodang, Ed.). PT. Penerbit Mitra Grup.
- Huda, M., Maulana, I., & Hidayati, L. (2024). Pemanfaatan literasi digital melalui pengelolaan website dan media sosial desa menuju desa go digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 92-102.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate *themselves on the internet?*. *Journal of interactive marketing*, 18(1), 38-52.
- Husny, R., & Arafah, S. (2020). *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah*. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 103-112.
- Juniarta, P. P., Sari, R. J., Wira, K., Saputra, A., Nengah, I., & Astawa, D. (n.d.). *Analisis Electronic Word of Mouth (e-WOM) dalam Keputusan Menginap: Study Kasus Pengaruh e-WOM Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Richland Glamping Bali*. 6, 2023.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, No. 2). Jilid.
- Luthfiani Pamungkas, N., & Triwoelandari, R. (2021). *Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah*. 4(1), 111.
- Maula, F. Fazizah. A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Keamanan, Privasi Dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Fintech Flip (studi pada PEngguna Aplikasi Flip Di Akun Instagram Flip_ID). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2 (4). 131-141.
- Mun'im, N.N, Fazizah, A. (2023). Pengaruh green storytelling marketing dan elektronik word of mouth terhadap purchase intention melalui brand equity pada produk NPURE. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (4). 131–141
- Nisa, N. I. (2021). *Pengaruh Trust dan Product Knowledge terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Era Pandemi Covid-19 di Kabupaten Kudus* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen: dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

- Nugraha, J. P. 'Alfiah, D. (2021). Teori Perilaku Konsumen (A. Jibril, Ed.; Vol. 243). Penerbit NEM.
- Nora Anisa Br. Sinulingga, SE. , M. Dr. H. T. S. M. K. (2023). Perilaku Konsumen (D. Sitohang, Ed.). IOCS Publisher.
- Pasa, E. G., Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). *Analisis e-trust, e-WOM dan e-service quality dalam keputusan pembelian online*. Jurnal Perspektif Bisnis, 3(2), 63-75
- 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.
- Rizal, J. (2021, December 26). Mengenal Apa Itu Generasi Baby Boomers, X, Y, Z, Millenials, dan Alpha Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Mengenal Apa Itu Generasi Baby Boomers, X, Y, Z, Millenials, dan Alpha”, Klik untuk baca: https://www.kompas.com/tren/readMengenal_apa_itu_Generasi_Baby_Boomers_X_Y_Z_Millenials_dan_Alpha.
- Sari, A. K., & Sulhan, M. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, branding pada produk UMKM olahan pisang dan olahan susu. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 4(4), 875-883.
- Saputra, S. Fazizah, A.. (2023). Pengaruh advertising, e-wom, brand image dan perceived value terhadap purchase decision tiket pesawat online traveloka di Indonesia. Journal of Management Sciences, 3 (3), 143-152
- Sholeh, B., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MIXUE ICE CREAM & TEA (Survei Pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Pandaan). ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal), 9(2), 190-200.
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). *Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017*. BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, 8(2), 253-272.
- Verinanda, M. R., Rini, E. S., & Harahap, R. H. (2021). *The Influence of Servicescape, Brand Experience and Social Media Marketing on Purchase Decisions through Brand Image as Variables Intervening in the Filosofi Kopi Medan*. International Journal of Research and Review, 8(12), 569-579.
- Widodo, M. (2017). Pengaruh Product Knowledge, Brand Awareness Dan Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Produk Digital Asli Kota Pontianak. Jurnal Manajemen Update, 6(4).
- Yusuf, W. F., Sulhan, M., Aziziyah, N., Syarifah, N., Ulinnuha, M. J., Abas, A., ... & Eryan, M. R. (2024). Pendampingan Inovasi dan Pemasaran Melalui Digital Marketing

UMKM Tape Ketan Hitam di Desa Nguling Pasuruan. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 5(1), 386-403.

Zahrani, D. R. (2018). Pengaruh Visual Brand Communication Dan Brand Experience Melalui Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Mengikuti Training Kelas Pola Pertolongan Allah (PPA) (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta).

Zulaikhah, S., Wusko, A. U., & Kusumawati, A. (2023). The Influence of Destination Image and Islamic Value On Perceived Value and Satisfactin (Survey On Moslem Tourist of Halal Tourism In Banyuwangi). *JPAS (Journal of Public Administration Studies)*, 8(1), 50-55.