

DAFTAR PUSTAKA

- Dimiyati dan Mudjiono. 2016. Definisi Hasil Belajar. Bandung : Alfabeta.
- Febrianti, Z., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Electronic World of Mouth (E WOM) pada Sosial Media Terhadap Brand Image dan Minat Beli Produk. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1110-1120.
- Febrina, I., Nurlitasari, L., & Wati, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadapkepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Brand Image. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 392-408.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek (planning & strategy). Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Fraenkel, Jack. R., and Norman E. Wallen. (2016). *How to Design and Evaluate Research in Education. 8th Edition*. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. (Edisi Kesepuluh). Semarang: Universitas Dipenogoro
- Gunawan, Herry. (2014). *Pengantar Transportasi dan logistik*. Jakarta: Rajawali pres.
- Hasnia, H. M., Ulya, B. N., & Nita, K. S. (2023). Analisis pengaruh electronic word of mouth (EWOM) terhadap brand image dan keputusan berkunjung ke Gili Trawangan Lombok. *Media Bina Ilmiah*, 17(10), 2385-2392.
- Hughes (2015) Buzz Marketing. Jakarta: Elex Media Computindo
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Natalia, V., & Erdiansyah, R. (2020). Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan Terhadap Brand Image Gojek. *Prologia EISSN*, 2598-0777.

- Pradnyana, I. B. P., & Suryanata, I. G. N. P. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Priansa, D. J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : Pustaka Setia.
- Purba, Elidawaty, et.al. 2021. *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Putri, R., & Dwiyanto, B. M. (2023). pengaruh digital marketing dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen dengan brand image sebagai variabel mediasi (studi pada konsumen Wingko babat pak Moel di Kota Semarang). *Diponegoro journal of management*, 12(1).
- Riansyah, F., Saputra, I., & Halizasia, G. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Rumah Sakit Umum Sakinah Lhoksemawe, Aceh. *Teewan Journal Solutions*, 1(1), 36-42.
- Rusli, R., Salasa, Y., & Hutabarat, R. D. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Word of Mouth Terhadap Brand Image Produk Fashion Damn! I Love Indonesia Di Kalangan Mahasiswa Tangerang. *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(1), 77-89.
- Sari, D. M. F. P., & Dwiya, K. G. S. (2018). Strategi Digital Marketing, Word of Mouth (Wom), Service Quality Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Gojek. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 188-198.
- Savitri, J. D., & Wibisono, D. (2022). Analisis Iklan Di Sosial Media Dan Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Brand Image. *Jurnal Perspektif*, 20(2), 137-141.
- Sriwindarti, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, dan *Word of mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada transportasi online *Grab Bike* di Ponorogo (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, “Manajemen Jasa”, Penerbit Andi ,Yogyakarta, 2021.
- Tjiptono, Fandy, “Pemasaran Jasa”, Penerbit Andi ,Yogyakarta, 2014.
- Tohir, M., Primadi, A., & Budianti, S. P. (2024). Analisis Pengaruh Perkembangan Teknologi Digitalisasi pada Bidang Transportasi dan Logistik Terhadap Sumber Daya Manusia. 1 (2). *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Terapan*, 1(2), 130-139.
- Udayana, I. B. N., Hutami, L. T. H., & Mayrenda, N. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Consumer Purchase Intention Smartphone Merek Vivo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Smartphone Vivo di Yogyakarta). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1489-1504.
- Widyowati, L., & Wahyuddin, H. M. (2019). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen Ojek Online (Study Kasus: Pengguna Aplikasi Gojek Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta) (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta)