

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346–364.
- Al Faris, A. N., Seyma, Q. N., Soegiarto, A., Imsa, M. A., & Kholik, A. (2025). Pengaruh Kredibilitas Konten TikTok@ dokterdetektif terhadap Minat Beli Produk Skincare. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3), 496–510.
- Ali, R., & Alimuddin, F. (2021). Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Efektifitas Kerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(2), 113–126.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Andriani, L. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat, Lokasi, dan Reputasi Bank Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pohgading Kecamatan Gembong Kabupaten Pati)*.
- Christiana, I., Lubis, G. A. M., & Putri, L. P. (2025). Keputusan Belanja Online: Dampak Social Proof, Harga dan Minat Beli. *MOTIVASI*, 10(1), 13–21.
- Edi Irawan. (2023). Konsep Strategi Word of Mouth Marketing dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis: Suatu Tinjauan Literatur. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 293–303.
<https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i3.482>

- Ernawati, E. (2022). PENGARUH IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PENINGKATAN CITRA PT. SEMEN TONASA DI DESA BULU CINDEA KECAMATAN BUNGORO KABUPATEN PANGKEP. *ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, 1(03), 216–241.
- FADILAH, M. (2023). *Pengaruh Strategi Pemasaran, Pengetahuan Dan Perilaku Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pekalongan)*.
- FIHASTI, S. T. (2022). *Pengaruh Media Sosial Influencer Dalam Membentuk Kredibilitas Dan Sikap Konsumen Untuk Memengaruhi Niat Pembelian Konsumen Erigo. Studi Pada Arief Muhammad Sebagai Brand Ambassador Erigo*.
- Hakim, F. W., Hasan, A., & Putra, I. (2022). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Bandar Lampung. *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 80. <https://doi.org/10.24042/al-mashrof.v3i2.13973>
- Hamudya, T. P., & Purnamasari, O. (2022). Membangun Reputasi Perusahaan Untuk Menjaga Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Panin Dubai Syariah Bank). *Jurnal Inter Act*, 11(2).
- Hariyanto, R. A. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital Disclosure, Institutional Ownership dan Asymmetry Information terhadap Cost of Equity Capital*.

- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Hidayah, D. N. (2020). PENGARUH E-WORD OF MOUTH, KUALITAS LAYANAN DAN REPUTASI TERHADAP MINAT MASYARKAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *WORD OF MOUTH*.
- Layaman, L., & Andriyani, N. (2017). Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Cirebon. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 9(1).
- Maimun, M., & Tzahira, D. (2022). Prinsip Dasar Perbankan Syariah. *Al-Hiwalah: Journal Syariah Economic Law*, 1(2), 125–142.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH BANK SYARIAH.

JIHbiz :Global Journal of Islamic Banking and Finance., 2(2), 124.

<https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>

MAULID, A., & AHMAD, M. (2021). *STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM MENINGKATKAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT CABANG KOTA PALOPO.*

Oktaviari, K. G. (2023). *Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Kualitas Produk dan Price Fairness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada CV. Patras Development).*

Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., & Purba, B. (2021). *Metodologi penelitian ilmiah.*

Panggalo, D. (2020). Pengaruh reputasi perusahaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1), 40–52.

Pranaya, A. A., Sarjani, D. K., Rosalia, F., Shabrina, R. M., Shabrina, R. M., & Irwansyah, I. (2023). E-WOM DAN PARIWISATA: SEBUAH TINJAUAN PUSTAKA SISTEMATIS. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 277. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2023.v10.i01.p12>

Rachmadi Usman, S. (2022). *Aspek hukum perbankan syariah di Indonesia.* Sinar Grafika.

Religia, Y., Sriyanto, A., Hidayat, R. S., & Setyarko, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen Produk Daypack Eiger Di Kota Bekasi.

Jurnal Ekonomika Dan Manajemen, 11(1), 77.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279–284.

Santi, I. M. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Purchase Intention Pada Produk Bank Syariah Mandiri.*

Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022a). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2).
<https://www.journal.stimaimmi.ac.id/index.php/aliansi/article/view/428>

Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022b). Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2).

Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (2020). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83. <https://doi.org/10.35508/glory.v1i1.3047>

Sufiyati, A., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2021). Pengaruh Fasilitas Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Tedco Agri Makmur Di Lampung Tengah. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(1), 12–21.

Sugiharto, N. A., Nurhayati, N., & Madani, F. (2021). Pengaruh Reputasi Dan Online Customer Review Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Survey Pengunjung Tokopedia). *Pro Mark*, 11(2).

- Sugiyono, P. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mix Methods)*(DI Sutopo (ed.).
- Sumatriani, S., Pane, D., & Kamaruddin, N. (2021). Peranan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Pada Pt Semen Tonasa. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 15–36.
- Syarifudin, D. I., Saputra, R. A. K., & Arisanda, M. L. (2025). PENGARUH REPUTASI, KUALITAS WEBSITE DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PADA SITUS JUAL BELI ONLINE SHOPEE DI KABUPATEN GRESIK. *J-EEMB (Journal of Economic Entrepreneurship and Management Business)*, 1(1), 69–78.
- Widana, D. I. W., Pd, S., Pd, M., & Muliani, P. L. (2020). *UJI PERSYARATAN ANALISIS*.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis. *Lumajang, KLIK MEDIA*.
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019a). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103–116.
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019b). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103–116.