

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2023). *Survei Internet APJII 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. [survei.apjii.or.id](http://survei.apjii.or.id)
- Astaki, N. P. D. P. P., & Purnami, N. M. (2019). Peran Word of Mouth Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5442. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p05>
- Banjarnahor, A. R., Sudarso, B. P. A., Sahir, S. H., Kato, R. N. M. I., Gandasari, D., Purba, S., Ashoer, M. M., Dwidienawati, D., Simarmata, H. H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (A. Karim (ed.)). Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Cahyaputeri, R., Pahar, B. H., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., & Darma, K. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan, dan Budaya Poular terhada; Keputusan Pembelian Muchuu Coffee*. 14, 83–93.
- Devi. (2020). *Free Ongkir? Kepoin Yuk Pengertian dan Syaratnya!* ModalBisnis. <https://modalbisnis.id/blog/free-ongkir-kepo-in-yuk-pengertian-dan-syaratnya/>
- Edge PR, C. (2020). *Word-of-mouth marketing potent for communication campaigns*. Cutting Edge Insights Pty Ltd. <https://cuttingedgepr.com/word-mouth-marketing-potent-communication-campaigns/>
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (P. P. Harto (ed.)). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hantono. (2020). *Metodologi Penelitian Skripsi dengan Aplikasi SPSS*. Sleman: Deepublish (CV Budi Utama).
- Hidayat, A., & Amanda, R. S. (2022). Pengaruh Harga Jual dan Promosi Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian Online. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 178–193. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2365>
- Indah, A., Amalia, P., Mardian, I., Manajemen, P., Tinggi, S., & Bima, I. E. (2022).

*Pengaruh Digital Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Putri Agata.* 9(1), 2503–1546.

Istiqomah, M., & Marlana, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288–298.

Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.

Komalasari, D. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>

Kuhn, F. (2018). *Understanding the impact of Word-of-Mouth Marketing: “May the WoM be with you!”* UXCam. <https://medium.com/uxcam/understanding-the-impact-of-word-of-mouth-marketing-may-the-wom-be-with-you-ebbdfa9ebf22>

Kusuma, M. A., Agustono, & Setyowati, N. (2020). Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk (Studi Kasus Gethuk Semarang). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 4, 433–446.

Laeli, D., Putri, S., Murniningsih, R., & Santosa, M. (2022). *Pengaruh Digital Marketing , Label Halal , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Oleh-Oleh Getuk Eco Magelang.* 2(2), 87–111. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.7006>

Liesander, I., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4, No 2, 1–13.

Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut. *Jurnal Akuntansi*, 4(1), 937. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v4i1.218>

Pristiwati, & Fikri, M. H. (2021). *Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth dan Place Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Susu Kambing Etawa Mulia Jaya.* 4(1), 1–10.

Raishela, S. (2022). Variasi Pasta Buah Naga Merah (*Hylocereus Costaricensis*) Sebagai Bahan Campuran Dalam Pembuatan Donat Ditinjau Dari Sifat Fisik, Organoleptik, Dan Aktivitas Antioksidan. *Poltekkes Jogja*.

<http://eprints.poltekkesjogja.ac.id/id/eprint/8513>

- Ramadhani, K. R. (2020). Pengaruh Iklan Media Elektronik dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(3), 301–317.  
<https://doi.org/10.33752/bima.v1i3.42>
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah ...*, 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.v09.i07.p07> ISSN
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Ketiga). Jakarta: Prenadamedia Group (Divisi Kencana).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R%D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta, CV.
- Tusanputri, A. V., & Amron. (2021). Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tiktok shop. *Journal FEB UNMUL*, Vol 23(No 4), hlm. 632-639.  
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/ForumekonomiPengaruh>
- Widiastuti, E., & Novita, D. (2022). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Mie Gacoan cabang Solo Baru*. 22(4), 315–327.
- Yudianto, A., & Nurhidayati, A. (2021). Pengembangan Manajemen Usaha Dan Analisa Kemampuan Ikm Donat Gincu Cake Dan Bakery Jatibarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 357–382.  
<http://bajangjournal.com/index.php/J-ABD>
- Yulianto, A., & Setiadi, R. (2022). *Digital Marketing* (R. Setyowati (ed.); I). Sleman: Gosyen Publishing.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Suwito & I. Fahmi (eds.); Edisi Pert). Jakarta: Kencana.
- Zakawali, G. (2022). *Cara Membuat Gratis Ongkir Shopee, Bisa Naikkan Penjualan!* Sirclo Store. <https://store.sirclo.com/blog/cara-membuat-gratis-ongkir-shopee/>