

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Alfred Heriman Setio, Umi Fadilah Fatoni, & Putri Sevi Agustin. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E- WOM) Dan Online Customer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 126–135. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2718>
- Amalia, A. I. P., & Mardian, I. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Putri Agata. *EQUILIBIRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 9(1), 47–57. <https://doi.org/10.33373/jeq.v9i1.4258>
- Batee, maria magdalena. (2019). *pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos nias gunungsitoli*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Belvia, S., Suhendry, W., & Budi Handayani, E. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Saltxsucre Pontianak. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(1), 31–42. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.46226>
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Erdo & Veronika. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga , Lokasi , Dan Media sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Padakober(Kelompokbermain)Miesetandisurabaya. *SoetomoManagementReview*, 1, 132–141.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>

- Ghozali, imam. (2016). *aplikasi multivariate dengan program IBM SPSS 23*. badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *aplikasi analisis multivariate dengan program (IBM. SPSS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13– 23.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jaya, U. A., & Raya, A. N. (2022). PENGARUH E-COMMERCE DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENJUALAN UMKM DI ERA PANDEMI (STUDI KASUS DESA CIBOLANG) PENDAHULUAN Penyebaran virus covid-19 atau biasa disebut corona hingga saat ini masih menjadi sebuah permasalahan yang terjadi di berbagai belahan du. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 378–387.
- 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.
- Kotler, P.,&Keller, K. L. (2016). *manajemen pemasaran (12TH ed.* PT indeks.
- Kotler Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Erlangga.
- Kotler P & KLL. (2016). *Marketing Manajemen (15th. Edit)*. Jersey. Pearson Hall.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Ningrum, A. Y., Tyas, Y. I. W., & Sulaiman, A. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Wom (Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud.Abc.Cookies Banyuanyar Kab.Probolinggo. *Jesya*, 6(2), 2138–2151. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1203>

- Pata, P. M., Kasim, A., & Isliko, T. W. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Empat Putri Kupang. *Jurnal Bisnis & Manajemen* , 13(2), 11–24.
- Patmala, R., Gusteti, Y., & Resty, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Di Kecamatan Koto Salak (Studi Kasus Pada Wanita Di Kecamatan Koto Salak). *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(03), 2337–8743.
- Prihartini, E., & Fauzi, H. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Majalengka). *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* , 3(2), 138–147. <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/mr/index>
- Rauf, A. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Insania, 2021.
- Riska & Dwijayanti. (2020). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Simanjuntak, Y. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa di Yogyakarta). *Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara*, 21(1), 1–9.
- Siswanto, H., & Maskan, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pada Preksu Di Kota Malang. *Aplikasi Bisnis*, 93–96.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. alphabet.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed)*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, T. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Susanti, E. (2024). *Pelaku UMKM di Kota Kediri Bertambah Ribuan*. <https://radarkediri.jawapos.com/ekonomi/784443792/pelaku-umkm-di-kota-kediri-bertambah-ribuan>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono & Chandra. (2017). *pemasaran strategik (3rd ed.)*. Yogyakarta. Andi.
- Yolanda, & Wijanarko, D. H. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *JURNAL MANAJEMEN*, 6(1A), 88–108.