

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)* (Riyanto Wujarso (ed.)). Pt. Global Eksekutif Teknologi. <http://repository.ibik.ac.id/1470/1>
- Bate'e, maria magdalena. (2019). pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos nias gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2, 313–324.
- Daga, R. (2019). *Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017). Global Research And Consulting Institute.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Universitas Diponegoro.
- Grace, M., Syarief, A., Erlangga, H., Sunarsi, D., & Nurjaya. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. Insania Grup Publikasi Yayasan Insan shodiqin Gunung Jati Anggota IKAPI Jl.
- Indrasari, M. (2017). *Pemasaran & kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 8–16. <https://doi.org/10.55049/jeb.v11i2.64>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Page 1 Prinsip-prinsip Pemasaran i Edisi keduabelas Jilid 1 PHILIP KOTLER Northwestern* (pp. 1–440). Erlangga.
- Latief, R. (2018). *Word Of Mouth Communication*. Media Sahabat Cendekia.
- Lotte, L. N. A., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari, D. S., Daga, R., Elida, S. S., Pandowo, A., Frans Sudirjo, Muliayati, Herdiansyah, D., & Santosa, A. D. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian* (M. M. Dr. Fachrurazi, S.Ag. (ed.)). PT Global Eksekutif Teknologi. [www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)
- Nensiana, & Putra. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Neana Florist. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 95–102.
- Nugroho, F. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada UD . Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 3165–

3171.

- Putrifasari, S., Munir, M., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh Desain Produk , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada CV. Wecono Asri Kediri. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(5), 1–15.
- Rachmawati, I. K., Bahri, S., Bukhori, M., & Hidayatullah, S. (2021). Peran Media Sosial Dan Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk UKM Kreatif Gunung Kawi Kabupaten Malang Di Era Pandemic. *Senorita*, 2(1), 181–188.
- Sernovitz, A. (2016). *Word of mouth marketing*. Austin, TX : Greenleaf Book Group Press.
- Sucita, I. K. O., & Yulianthin. (2023). Pengaruh Social Media Marketing , Word Of Mouth Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Dana Iswara Dulang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 29–37.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). Strategi Pemasaran. In M. S. Prof. Dr. Ansar, SE. (Ed.), *Makalah Ilmiah Ekonomika* (Vol. 14, Issue 3). Intelektual Karya Nusantara.
- Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Indah Azzahra. (2022). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*. Universitas Medan Area Press.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (sutopo (ed.)). cv Alfabeta.
- Suliana, F. (2017). *Keajaiban Sosial Media*. PT Elex Media Komputindo.
- Wahyu, H., Adi, P., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Word Of Mouth , dan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Mebel di Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 157–168.
- Zusrony, E. (2019). *Perilaku Konsumen* (Robby Andi). Yayasan Prima Agus Teknik.