

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., Suminto, A., & Mubin, A. F. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan *Word Of Mouth* (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Di Toko Buku La Tansa Gontor). *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 1–23. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3206>
- Ahmad Bakri Syahputra. (2017). Dan Kinerja Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Bank Sumut Syariah Kcpsy Marelana Raya). *Jurnal FEB, Vol. 1 No.*, 477–486.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research Icek. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918. <https://doi.org/10.1007/s11614-012-0060-4>
- Asadifard, M., Rahman, A. A., Aziz, Y. A., & Hashim, H. (2015). A Review on Tourist Mall Patronage Determinant in Malaysia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 6(3), 229–233. <https://doi.org/10.7763/ijimt.2015.v6.607>
- Astuti, D., & Ernawati, S. (2020). Strategi Promosi Dan *Word Of Mouth* Dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 8(2), 225–238. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v8i2.126>
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Akmami: Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 2(2), 204–219.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Darmanto, & Wardaya, S. (2016). Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Deepublish.
- Donni Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta.
- Firmansyah, R. A. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, Terhadap Keputusan Menabung Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Institut Agama Islam Negeri Salatiga*.
- Gaspersz, V. (2013). *All-In-One Integrated Total Quality Talent Management*. PT Percetakan DKU.
- Gautama Siregar, B. (2018). Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Tabungan Marhamah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v4i1.1060>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. B. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gundlach, M. J., Douglas, S. C., & Martinko, M. J. (2003). THE DECISION TO BLOW THE WHISTLE : A SOCIAL Ebscohost. *Academy of Management Review*, 28(1), 107–123.
- Hakim, L., & Pambudi, B. S. (2021). Pengaruh Promosi Online Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Ud. Bintang Sembilan). *Journal of Management Studies*, 15(2), 204–214.
- Hasan, A. (2013). *Marketing* (1st ed.). Media Pressdindo.

- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Grasindo.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Kismono, G. (2011). *Bisnis Pengantar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 (ed.)). Erlangga.
- Kotler, & Armstrong. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*, P. earson Education, Inc.
- Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and Out of Poverty The Social Marketing Solution*.
- Laila, M. (2018). *Analisis Pelaksanaan Strategi Promosi Untuk Mencapai Tujuan Penjualan Pada Ukm Sepatu Sharah Shoes Cibaduyut Bandung*. Universitas Pasundan.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(2), 83–88.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)e-ISSN 2723-424X*, 2, 50–57. www.jurnal.imsi.or.id
- Nugroho, F. Y. (2011). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran.”
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Paputungan, P. R., Roring, F., Sam, U., & Manado, R. (2018). Pengaruh Promosi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Oriflame Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3703–3712.
- Park, H., & Blenkinsopp, J. (2009). Whistleblowing as planned behavior - A survey of south korean police officers. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 545–556. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9788-y>
- Philip, K., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. Prentice Hall.
- 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>
- Prayitno. (2018). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Penerbit Andi.
- Ravikawati, C., Fatihudin, D., & Mochklas, D. M. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Surabaya Expo. *Juni*, 16(1), 46.

- Riyanto, S., & Andhita, H. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sernovitz, A. (2014). *Word Of Mouth Marketing*. Kaplan.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Soraya, N. C. T., & Novi Marlana. (2020). Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 5(3), 229–245. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistomo, A., & Prastiwi, A. (2012). Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Pengungkapan Kecurangan (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi UNDIP Dan UGM). *Jurnal Akmal Sulistomo*, 1–28. http://eprints.undip.ac.id/35767/1/Jurnal_Akmal_Sulistomo_C2C008160.pdf
- Sumardy. (2011). *The Power of Word Of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto. (2011). *Analisis regresi untuk uji hipotesis*. Caps.
- Swastha, B. (2012). *Manajemen Penjualan*. BPFY-Yogyakarta.
- Triasih, R. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Social Media Dan *Word Of Mouth* Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Melakukan Pembiayaan (Studi Pada Nasabah Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Chandra). *Lampung: UIN Raden Intan. SKRIPSI*, 1–129.
- Wibowo, A. (2015). Pengaruh Elektronik *Word Of Mouth* dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 71–88. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11743>
- Wijaya, E., & Ariyani, P. M. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A.Yani Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(2), 283–296. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.263>