

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2022). *MANAJEMAN PEMASARAN* (N. Tilova (ed.)). Cipta Media Nusantara.
- Arifa, N., & Palupi Robustin, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54–63. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>.
- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). *PENATAAN PRODUK (C3) KOMPETENSI KEAHLIAN: DARING DAN PEMASARAN*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ayesha, I., Pratama, I wayan adi, Hasan, S., Amaliyah, Effendi, nur ika, & Yusnanto, T. (2022). *DIGITAL MARKETING (Tinjauan Konseptual)* (R. Wujarso (ed.)). GET PRESS.
- Dewi, N. S., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Kepercayaan Merek Memediasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3784. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p18>.
- Elfrianto, & Lesmana, G. (2022). *metodologi penelitian pendidikan* (B. N. Tanjung (ed.)). UMSU PRESS.
- Eriska, A. D. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Merek Kiyoribylins di Surabaya*.
- Faris Nurrohman. (2018). *Asosiatif Kausal . 1*, 37–45.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911/31075>
- Hidayati, F., Ermawati, E., & Irwanto, J. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Brand Aulia Fashion (Studi Kasus Pada Warga Kec. Padang-Lumajang). *Journal of Organization and Business Management*, 63–70.
- I Kadek Dicky Pranayudha, A. W. S. G. N. P. Y. A. (2022). *Jurnal EMAS. Jurnal Emas*, 3(9), 51–70.
- Inayati, T., Johan Efendi, M., & Safika Dewi Ayu. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(3), 202–209.
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1208–1217.
- Koli, D. Y., Nadapdap, K. M. N., & Sudirman, A. (2022). *MANAJEMAN PEMASARAN (KONSEP, FUNGSI DAN TUJUAN)* (Hartini (ed.)). Media

Sains Indonesia dan Penulis.

- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>
- Luthfi, A., Kasnelly, S., & Hamid, A. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI* (Mustakim (ed.)). Insan Cendekia Mandiri.
- Manap, H. A. (2016). *REVOLUSI MANAJEMAN PEMASARAN* (pertama). Mitra Wacana Media.
- Milyadi, A. (2017). *No PENGARUH ELECTRONI WORD OF MOUTH DAN WEBQUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG ELEKTRONIK PADA SITUS BLIBLI.COM*. 10–44.
- Moniharapon, S., Lopian, J., & Lotulung, S. C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 817–826.
- Mulyadi. (2021). *sistem perencanaan dan pengendalian* (3rd ed.). Selemba Empat.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL* (Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cendekia.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF EDISI 3* (Edisi 3). WIDYA GAMA Press.
- Prayitno, B. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(2), 1–21. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/838>
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengelolaan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. CV. Jakad Publishing.
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545–558. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i4.111>
- Ramadhani, D. D., & Saino, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Mbeledos Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 553–563. <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14175>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen*. CV BUDI UTAMA.

- Sa'adah, L., & Munir, A. F. (2020). *KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. LPPM.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.)). CV SAH MEDIA.
- Sari, E. Y. L. M., Ermawati, E., & Ato'illah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Berkarbonasi Coca-cola. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Siregar, M. H., Susanti, R., & Indriawati, R. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN KESEHATAN* (Y. P. P. Ranga (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Sisca, Simanjuntak, M., Sudarso, A., & Grace, E. (2021). *PEMASARAN DASAR DAN KONSEP*. Yayasan Kita Menulis.
- Suartina, I. kadek R. I. wayan; M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying*. 1(1), 233–247.
- Winarta, C. B. T. (2019). *469 WAYS TO MULTIPLY YOUR PROFIT*. Star Coach Indonesia.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>
- Yuniar, A. D., Rahmanto, I., & Martha, L. P. (2021). *Book Chapter Literasi Digital: Tren, Tantangan dan Peluang* (L. Achmad & Perguna (eds.)). Cipta Media Nusantara.
- Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 965–973. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30604>