

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. C. I. (2020). *Monograf Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi*. Semarang: Undip Press.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2012). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen ekowisata. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 69–78. Retrieved from <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/minds/article/view/4839/4430>
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Edwin Zusrony, S.E., M. K. (2018). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Febrisa, T. S., Soleh, A., & Trisna, N. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dto Thaitea Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 415–422. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3089>
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga Pratama.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*. Revista Brasileira de Linguística Aplicada (Vol. 5).
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial, dan Budaya terhadap perilaku konsumen melalui media sosial Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 166–167.
- Juita, A. I., Yolanda, F., Hersa, N., Putri, A. M., & Zaki, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Word Of Mouth, Dan Tenaga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Belting Merek Bando Di UD. Jaya. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 97–101.
- Lutfia, S. K., & Lukiana, N. (2021). PENGARUH GAYA HIDUP, BRAND IMAGE, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HERBALIFE DI KECAMATAN PASIRIAN (Studi Kasus pada Aicy Club, KS Club, dan Dena's Club). *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 4, 32.
- Megandaru, A. G., & Oktafani, F. (2019). Pengaruh Social Media Marketing, Experiential Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Band Burgerkill., 6(2), 4501–4507.
- Pingki, E., & Ekasari, S. R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing,

- Electronic Word- of-Mouth Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Msi. *Cakrawangsa Bisnis*, 4(1), 115–128. Retrieved from <https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/415/195>
- Putri, H. A., & Suhermin. (2022). PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=Wb-NDwAAQBAJ>
- Qulub, S. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone di Kecamatan Lumajang)*. 13.
- Rachman Haryadi, A., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8–17. <https://doi.org/10.47701/bismak.v2i2.2145>
- Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M.M , Noviansyah Rizal, S.E., M.MM., Ak, Ca, CFra, Riza Bahtiar Sulistyan, S.E., M. . (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (Mutmainah (ed.)). Alauddin University Press. [http://repo.handayani.ac.id/48/1/Perilaku Konsumen.pdf](http://repo.handayani.ac.id/48/1/Perilaku_Konsumen.pdf)
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (1st Ed.). Deepublish. <https://www.Scribd.Com/Document/660122293/E-Book-Metode-Riset-Penelitian-Kuantitatif-Penelitian-Di-Bidang-Manajemen>
- Rorlen, Ekadjaja, M., Eric Adiwijaya, & Elizabeth Christinio Puspita. (2023). Pengaruh Identitas Merek, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 255–273. <https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1622>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sahir, S. H. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Septyansyah, I., & Ferryal, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Café Kekinian di Bekasi. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 11343– 11353.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian (Kualitatif, Kuantitatif, dan Analisis teks*.

Sukesi. (2020). *Riset Pemasaran: Disertasi Contoh-contoh dan Studi Kasus*. Unitomo Press.

Sundari, A., Hidayat, T., & Kunci, K. (2020). Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Komunikasi Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Berkah Jaya Medan. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 114–124.

Susanti, G. A., Qomariah, N., & Anwar. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di *cafe* Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 2(2), 154–167

Retrieved from http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/1899%0Ahttp://fe.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2009/07/42-Elizabeth-Ginting.pdf

Syarifuddin, & Ibnu, A. S. (2022). *METODE RISET PRAKTIS REGRESI BERGANDA DENGAN SPSS*. Retrieved from [palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU METODE RISET PRAKTIS.pdf](http://palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU%20METODE%20RISET%20PRAKTIS.pdf)

