

DAFTAR PUSTAKA

- Alhababy, A. M. (2016). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Manusia*. 14(5), 1–23.
- Amalia et al., 2022. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1227–1236.
- Anggraini, A. A. (2017). *The Effect of Marketer Generated Content on Social Media Instagram towards Purchase Intention of Erigo* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Aprilia, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Burger.Mac. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 7(1), 64–70.
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). *Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social media content*. *Psychology & Marketing*, 32(1), 15-28.
- Ayunita, D. (2018). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. *Statistika Terapan*, October, 1.
- Cahyani, W., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh *Sales Promotion* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi TIX ID (Studi pada Pengguna Aplikasi TIX ID di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1055–1061.
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing*, *Electronic Word Of Mouth* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 778–789.
- Dewi, N. P. D. M., Wimba, I. G. A., & Dewi, I. A. S. (2021). Pengaruh *Sales Promotion*, *Personal Selling*, dan *Direct Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman di Padma Resort Legian. *Widya Amrita*, 1(1), 86–93.
- Diah, S., & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Dan Belanja Hedonis (*Hedonic Shopping*) Terhadap *Impulse Buying* Secara Online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1.
- Ela, D. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299.
- Ferdianto, M., Mutmainah, I., & Yulia, I. A. (2024). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Word of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan

- Lokasi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Ayam Geprek Benu di Kota Depok). *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 592–604.
- Ghofur, M. A., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Honda CBR250RR Marsudi Lestariningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. 1–22.
- Hartono, A. N., & Robustin, T. P. (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(September 2018), 54–63.
- Hendryadi., S. (2015). *Metode riset kuantitatif: teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam / Suryani, Hendryadi. Jakarta : Prenadamedia Group., (Cetakan 1). Prenadamedia Group.*
- Hermansyah, T., Kamanda, S. V., & Qolbi, N. (2022). Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Ditinjau Dari Pengaruh Faktor Sales Promotion, Brand Image Dan Price. *Jurnal Al-Amal*, 1(1), 19–25.
- Karimah, L. U. (2024). Skripsi Pengaruh Marketer Generated Content, Brosur Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Astra Motor Magelang 1).
- Kim, Y. J. (2021). *What Drives Consumers' Purchase Decisions?: User-and Marketer-generated Content. Science of Emotion and Sensibility*, 24(4), 79–90.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Latifa, N., Putri, I., & Hakim, I. (2023). New Consumer Landscape: Sebuah Riset Perilaku Konsumen menuju Society 5.0. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 347–355.
- Lupiyoadi. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34–44.
- Makarim, S. A., & Bambang Kurnia Nugraha. (2023). Pengaruh Sales Promotion terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Fuji Mebel Sukamantri Ciamis. *Jurnal E-Bis*, 7(1), 209–222.
- Mandagie, Yunita, V. M., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan

- Pembelian Sepatu Converse Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2008–2017.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1), 165–182.
- Martiana, A., Kusniawati, A., Kader, M. A., Ekonomi, F., Galuh, U., Spearman, K. R., Regresi, A., & Sederhana, L. (2022). *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis)*. 4(September), 19–28.
- Maslichah, M., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Word-Of-Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Traveloka Di Kota Malang (Studi Kasus pada pengguna Traveloka Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 2387–2395.
- Nepomuceno, M. V., Rahemi, H., Cenesizoglu, T., & Charlin, L. (2023). Should We Feed the Trolls? Using Marketer-Generated Content to Explain Average Toxicity and Product Usage. *Journal of Interactive Marketing*, 58(4), 440–462.
- 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 Banyuwangi Kab.Probolinggo. *Jesya*, 6(2), 2138–2151.
- Prakarsa, K. D. (2017). *Personal Selling*, *Sales Promotion* dan *Public Relation* terhadap Keputusan Pembelian di Sodakocha. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 677–683.
- Priansa, D. J. (2017). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Prof. Dr. Imam Ghozali, M. (2020). *25 Grand Theory : 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama.
- Putra, Z. A., & Arimbawa, I. G. (2023). *Pengaruh Periklanan , Promosi Penjualan , Personal Selling dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX di Surabaya* Machine Translated by Google. 06(September 2020), 156–162.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2017). *The influence Of Word Of Mouth And Product Quality Of Purchasing Decision On Pt. Kangzen Kenko Indonesia In Manado. Pengaruh Word of Mouth...* 4585 *Jurnal EMBA*, 5(3), 4585–4594.

- Sharma, R., & Singh, A. (2018). *Consumer decision-making in the digital age: Impact of social media and consumer reviews*. International Journal of Marketing Studies, 10(1), 123-135.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, Anggusti, M., & Muliatie, urilla E. (2021). Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas. In *Yayasan kita menulis*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 1)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tafesse, W., & Wien, A. (2017). *The Effects Of Marketer-Generated Content On Consumer Engagement*. *Journal of Business Research*, 79, 123-134.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). *Social Media Marketing (4th ed.)*. Pearson Education.
- Vikaliana, R., Pujianto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). Ragam Penelitian dengan SPSS. In *Tahta Media Group*.
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh *Sales Promotion* Terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.Com). *Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–11.