DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing An Introduction* (Sixth Edit). Pearson Education.

Donni Priansa. 2017. Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: Alfabeta

Ghozali, I., & Ratmono, D. (2018). *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing Dan Media Sosial*. Penebit Media Sains Indonesia.

Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

Rosen, Emanuel. (2000). The Anatomy of Buzz: How to Crate Word of Mouth Marketing. New York: Currency–Doubleday.

terj. Zoelkifli Kasip. (2004). Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Sudarso, M. M. A., Simarmata, J., Tasnim, D. H., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.

Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Pt Refika Aditama.

Stanton, William. J., “Prinsip Pemasaran”, Edisi Ketujuh, Jilid I, Penerjemah : Yohanes Lamanto, MBA, MSM., Penerbit Erlangga, 2005.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Edisi Kedu). Alfabeta.

Sumarmi, Saptaningsih. 2008 Fenomena Word of Mouth Marketing dalam Mempengaruhi Keputusan Konsumen.

Sunyoto, Danag. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for AcademicPublishing Service).

Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic PublishingService).

JURNAL

Adelia, S. (2018). Pengaruh Online Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Consumer Perception Sebagai Mediasi Pada Travel Online. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *12*(2), 94–100. Https://Doi.Org/10.9744/Pemasaran.12.2.94-100

Anwar, M. K., Kurniati, R. R., Krisdianto, D., Bisnis, A., Administrasi, F. I., Islam, U., Mt, J., Malang, H., Universitas, L., Malang, I., Mt, J., & Malang, H. (2022). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga (Studi Pada Toko Sport Station Dinoyo Kota Malang)*. *11*(1), 97–104.

Asriyati. (2020). *Pengaruh Word Of Mouth Marketing (Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Pemediasi*. 82.

Nugraha, F. A. A., Suharyono, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang) Finnan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, *22*(1), 1–7.

Nurgayatri, A. R. (2016). Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Telkom*, *3*(1), 2679–2687.

Powa, G. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(3), 1188–1197.

Purbohastuti, A. Wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, *4*(1), 37–46. Https://Doi.Org/10.24123/Jbt.V4i1.2480

Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal manajemen strategi dan aplikasi bisnis*, *2*(2), 137-144.

PRATAMA, T., & Derriawan, S. E. (2019). PENGARUH PRODUK UNIK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI (Studi Empiris pada Konsumen Makanan dan Minuman di Wilayah Kota Bogor).

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *9*(7), 2596. Https://Doi.Org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P07

Sasmita, C. I., & Kurniawan, I. B. (2021, January). Pengaruh Promosi Sosial Media (Digital Marketing) Terhadap Minat Beli Chatime Wilayah Badung-Bali. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 3).

Siregar, M. F. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cafe Shelter 1 Coffee Jalan Jamin Ginting Medan). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *1*(5), 594–603.

Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jamin : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, *1*(2), 41. Https://Doi.Org/10.47201/Jamin.V1i2.28

Waluyo, C. P. T. (2021). *PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA "INSTAGRAM" TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi pada Home Industri Minuman Merek SEDOT)* (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).

SKRIPSI

Anwar, M. K., Kurniati, R. R., Krisdianto, D., Bisnis, A., Administrasi, F. I., Islam, U., Mt, J., Malang, H., Universitas, L., Malang, I., Mt, J., & Malang, H. (2022). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga (Studi Pada Toko Sport Station Dinoyo Kota Malang)*. *11*(1), 97–104.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Marketing An Introduction* (Sixth Edit). Pearson Education.

Asriyati. (2020). *Pengaruh Word Of Mouth Marketing (Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Pemediasi*. 82.

Dharma, K. N. A., & Iskandar, D. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Jkt 48 Terhadap Minat Beli Konsumen Im3 Play (Studi Kasus Pada Pengunjung Teater Jkt 48 Periode 21 Februari 2016). *E-Proceeding Of Management*, *4*(2), 1304–1311.

Fachruddin, R. (2020). *Pengaruh Online Marketing Dan Word Of Mouth Promotion Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kafe Hidden Place Di Medan*. Universitas Medan Area.

Fajriani, F. N. (2020). *Pengaruh Perceived Value, E Lifestyle, Dan Online*

Promotion Terhadap Niat Beli Kembali (Repurchase Intention) Pada Pengguna Aplikasi Kai Access Di Indonesia. Universitas Telkom.

Ghozali, I., & Ratmono, D. (2018). *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halim, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing Dan Media Sosial*. Penebit Media Sains Indonesia.

Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative.

Husen, A., Sumowo, S., Rozi, A. F., Ekonomi, F., & Muhammadiyah Jember, U. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember The Effect Of Locations, Brand Images And Word Of Mouth To Consumer Buying Decisions On Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *4*(2), 2460–9471.

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Nihayah, A. Z. (2019). *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software Spss 23.0*. Uin Walisongo Semarang.

Nugraha, F. A. A., Suharyono, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang) Finnan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, *22*(1), 1–7.

Powa, G. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(3), 1188–1197.

Pratama, A. (2019). Model Simulasi Antrian Dengan Metode Kolmogorov-Smirnov Normal Pada Unit Pelayanan. *Jurnal Edik Informatika*, *3*, 27–37. Https://Doi.Org/10.22202/Ei.2014.V1i1.1446

Priansa. (2017). *Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Warga …*. Http://Repository.Stei.Ac.Id/Id/Eprint/1830

Purbohastuti, A. Wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, *4*(1), 37–46. Https://Doi.Org/10.24123/Jbt.V4i1.2480

Purnama, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, *1*(2), 14–20.

Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2021*.

Andi.Link. Https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021/

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Sudarso, M. M. A., Simarmata, J., Tasnim, D. H., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *9*(7), 2596. Https://Doi.Org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P07

Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Pt Refika Aditama.

Siregar, M. F. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Cafe Shelter 1 Coffee Jalan Jamin Ginting Medan). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, *1*(5), 594–603.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Edisi Kedu). Alfabeta.

Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jamin : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, *1*(2), 41. Https://Doi.Org/10.47201/Jamin.V1i2.28

Sriwiyanti, E., & Martina, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid 19 Pada Masyarakat Millenia Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Accusi*, *2*(2), 138-147.

Wahdiana, E. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kartika Skin Care Beauty Clinique Jember*. 1–119.

WEBSITE

Riyanto, A. D. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*. Andi.Link. https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/