

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan H. Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternative Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Agustina, A., R. P. Suci., dan W. Wulandari. 2021. Pengaruh Strategi Promosi *Social Media* dan Kualitas Produk Serta *Word Of Mouth Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner(Studi Kasus Pada Konsumen Sido Semi Malang). *Jurnal Administrasi dan Bisnis* 15(1): 41-51.
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Chaffey, D. dan F. E. Chadwick. 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Sixth Edition*. United Kingdom. Pearson.
- Databoks, 2023. 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia Januari 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia> (Diakses Tanggal 26 November 23).
- Dewi, P. M. N., I. G. A. Imbayani., dan P. K. Ribek. 2021. Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi *E-Word Of Mouth* Pada Givanda *Store* Depansar. *JURNAL EMAS* 2(2): 28-42.
- Dhahak, K., & Huseynov, F. (2020). *The Impact of Online Consumer Reviews (OCR) on Online Consumers Purchase Intention The Impact of Online Consumer Reviews (OCR) on Online Consumers ' Purchase Intention*.
- Ena, Y. M., A. E. L. Nyoko., dan W. M. Ndoen. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Chezz Cafenet. *Journal Of Management (SME's)* 10(3): 299-310.
- Fadhila, N., dan H. Soesanto. 2016. Studi Tentang *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness, Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Produk Mommilk(Studi Pada Pengguna Instagram, Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Journal Of Management* 5(2): 1-9.
- Fauziah A., E. M. Sangadji., dan D. Nurhayati. 2023. Pengaruh *Digital Marketing* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Thriftshop* Merah Biru *Supply* Kota Pasuruan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2(5): 39-50.
- Galang, A., A. S. Manggabarani. dan T. Handayani. 2020. Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Pada Provider Smartphone(Studi Pada Pengguna Provider Simpati). *Prosiding BIEMA* 1: 714-726.

- Gunelius, S. 2011. *30 Minute Social Media Marketing*. United States : Mc Graw Hill.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I., dan H. Latan. 2020. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Hanaysha, J. R. 2018. *An examination of the factors affecting consumer ' s purchase decision in the Malaysian retail market*. Emerald Publishing Limited 2(1): 7-23.
- Halim, A., dan T. J. R. Sitinjak. 2022. Pengaruh Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi *Word Of Mouth* Pada Online Shop Shopee Di Wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara 1-15.
- Islamuddin., dan R. Depa. 2021. Pengaruh Strategi Promosi di *Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Apple yang Dimediasi *Word Of Mouth Marketing*(Studi Kasus Pada Queeniphone Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi,Manajemen dan Ekonomi Islam(JAM-EKIS)* 4(1): 268-284.
- Jogiyanto, H. M. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H. M. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan, Edisi ke-13 jilid 1). Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1& 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- _____. 2016. "Marketing Management", 15th Edition, Pearson Education Inc, New Jersey.
- Kotler, P. and G. Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- _____. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kurniasari, M. dan A. Budiarmo. 2018. Pengaruh *Social Media Marketing, Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts dan Coffe Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC* 1-7.

- Larasati, R. N. dan A. N. Chasanah. 2022. Pengaruh Persepsi Kualitas, *Word Of Mouth* dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis* 1(1): 51-60.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- Mowen, J. dan M. Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.
- Nasution, R., Z. Nasution., dan M. F. Nasution. 2022. Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan pembelian Pakaian Pada Toko Wilda Collection Rantauprapat. *Jurnal EK&BI* 5(1): 115-121.
- Ningsih, A. dan D. Hurnis. 2024. Peran *Word Of Mouth* Memediasi Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 7(1): 923-932.
- Nur, S. D. dan A. Octavia. 2022. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Mediasi Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)* 11(2): 387-399.
- Paputungan, R. P., A. S. Soegoto. dan F. Roring. 2018. Pengaruh Promosi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Oriflame Manado. *Jurnal EMBA* 6 (4): 3703-3712.
- Payani, D. K., dan D. Sujadi. 2021. Pengaruh Strategi Promosi Melalui *Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS-Glow yang Dimediasi *Word Of Mouth* di Kabupaten Gianyar. *Journal Research Of Management (JARMA)* 3(1): 46-56.
- Purnama, H. 2011. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. Pp 107-124.
- Priansa, J. D. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Rahayu, O. V. 2022. Pengaruh Citra Merek, *Social Media Marketing*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Teh Indonesia Cabang Tulungagung. *Jurnal Kontemporer Akuntansi* 2(2): 120-128.
- Ramadhan, D. W., I. K. Rachmawati., dan A. R. Alamsyah. 2023. Pengaruh *Word Of Mouth*, *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Bina Manajemen* 11(2): 124-136.
- Rosandy, R. H. K. dan S. Fahmi. 2022. Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Word Of Mouth* Terhadap *Purchase Decision* dengan *Group Reference* sebagai Variabel Mediasi. *E-Juournal Mataram* 11(1): 475-482.

- Sernovitz, A. 2009. *Word of Mouth Marketing*. New York. Kaplan
- Sucita, O. K. I., dan N. N. Yulianthini. 2023. Pengaruh *Social Media Marketing*, *Word Of Mouth* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5(1): 29-37.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung:Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta: Bandung.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- _____. 2019. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Supradono, B. dan A. N. Hanum. 2011. Peran Sosial Media untuk Manajemen Hubungan dengan Pelanggan pada Layanan E-Commerce. *Jurnal Unimus* 7(2): 33-45.
- Swastha T. H. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa perilaku konsumen*. Edisi 1. Cetakan 4. Penerbit: BPFE. Yogyakarta.
- Ula, A. A., N. S. Suseno., dan A. A. Basit. 2020. Pengaruh Promosi Melalui *Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh *Word of Mouth Communication* di KFC. *Journal Of Knowledge Management* 14(2): 060-070.
- Wikaningtyas, U. S., R. Setyawati., R. T. Santoso., dan R. G. S. Aji. 2022. Pengaruh Pemasaran Melalui *Social Media* dan Kualitas Layanan Terhadap *Loyalitas* Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta yang Dimediasi oleh *Word Of Mouth Marketing*. *Jurnal Riset Akuntasni dan Bisnis Inonesia STIE Widya Wiwaha* 2(4): 1287-1306.
- Yunikartika, L. dan Harti. 2022. Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Akun Instagram @carubanmangan. *Jurnal E-bis(Ekonomi-Bisnis)* 6(1): 112-130

