

DAFTAR PUSTAKA

- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. (2017). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BARAYA TRAVEL POOL BUAH BATU. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Entrepreneurship*, 10(2), 172–185. DOI: 10.36407/jmsab.v4i2.378
- Amstrong, Philip Kotler dan Gary. 2017. *Principles of Marketing*. 12th Editi. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga. ISBN: 9778-623-91788-2-6
- Anizir; Wahyuni, Restu. 2017. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Serang.” *Jurnal Sains Manajemen* 3(2): 0. <http://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/25>
- Arianta, I Ketut Lanus Kartika. (2020). “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Volume Penjualan Pada Media Komputer Denpasar”. DOI: 10.47329/jurnal_mbe.v5i1.323
- Astaki, Purnami. 2019. Peran Word of Mouth Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Vol 8 No.9. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i09.p05>
- Firmansyah, Dr. M. Anang. 2018. *Prilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Jl. Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman Jl. Kaliurang Km.9,3-Yogyakarta 55581: Depublish Publisier. ISBN: 9789279453380

- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (n.d.). MAYBELLINE DI KOTA PADANG. Vol 4
No. 12 ISSN: 2302-8912
- Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi
8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, O. K., Nugroho, A. T., Bangsa, U. P., Merek, C., & Merek, K. (2020).
Pengaruh Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan
Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek (The Influence of Word of
Mouth and Brand Image on Oppo Smartphone Customer Loyalty is Mediated
Brand Trust). 22(02), 141–150.
- Hasbi, Derian Ghassan, and Dede R Oktini. 2018. “Pengaruh Diferensiasi Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Fino Di Kota Bandung (Survei Pada
Mahasiswa Unisba Pengguna Sepeda Motor).” Prodi Ilmu Manajemen, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis 4: 1313-19.
- Hanaysha, Jalal Rajeh. 2018. “An Examination of the Factors Affecting Consumer’s
Purchase Decision in the Malaysian Retail Market.” PSL Research Review 2(1)
7-23
- Indrawati Putri Yones, Prily Calista Muthaiyah, Saravanane.(2022). “WOM via the
TikTok application and its influence on the purchase intention of something
products”. DOI: 10.1016/j.apmr.v.2022.07.007

- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on Brand Image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 460-476.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Kotler. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 1. Jakarta: Erlangga. <https://doi.org/10.1108/02634501211231946>
- Keputusan, T., & Konsumen, P. (2019). *Word of mouth*. 8(9),ISSN: 5442–5461.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2016. *Principles Of Marketing*. 14th ed. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Person Prentice Hall.
- Muhammad (2020). (Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Berlian SAE Kemloko Temanggung) SKRIPSI.
- Mileva, Lubiana, and Achmad Fauzi DH. 2018. “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*58 (1): 190-99.administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A191.
- Maria, K. D., Kindangen, P., & Rumokoy, F. S. (2018). The Effect of Electronic Word of Mouth on Consumer Buying Decision in Lazada. *Jurnal EMBA*, 4(1),

1086–1095.

Muhammad Syaiful et al. 2021. “Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Compass (Studi Kasus Konsumen Sepatu Compass Di Kota Surakarta).”

Nazarudin, A., N. L. W. S. Telagawathi dan G. P. A. J. Susila. 2019. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen. Jurusan Manajemen. Vol. 5 No. 1 ISSN: 2476-8782

Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. R. (2020). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN IMAGE , BRAND IMAGE , DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INNISFREE DI Abstrak. 9(2), 136–146.

Puspasari, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Word of Mouth melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1737–1748.

Rusadi, Y. A., & Sujito. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan terhadap WOM Positif dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah USM*, 2(6), 33–48.

Sidik, M. H. S., Mahani, S. A. E., & Oktini, D. R. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Survey Pada Pelanggan Toko Kain Rzi Cigondewah).

SPeSIA, 3(2), 1146–1152.

Wicaksana, B. G. H., D. A. Zuliestiana. 2019. Pengaruh Citra Merek dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Paradigma* Vol. 20 No. 2 ISSN: 1693-0827.

Wursan Rinandiyana, Lucky Radi, Badriatin, Tine. (2021). “Social media promotion effect on product purchase decisions through word of mouth marketing”. DOI: 10.21744/lingcure.v5ns1.1466

Yusfita, Yulianto. (2018). Pengaruh Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek 2018. ISSN: 2620-388X.