

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Aditya, U. N., & Waluyo, M. (2020). Analisis Hubungan Faktor-Faktor Electronic Word of Mouth Dalam Proses. *Manajemen Industri Dan Teknologi*, 01(02), 81–92. <http://juminten.upnjatim.ac.id/index.php/juminten/article/view/52>
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Anugrah, L. I. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Shopee (Studi Pada Konsumen Merk The Originote Di Surabaya)*. 2022.
- Azizah, N. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran. *Yayasan Kita Menulis*, 2(6), 1–9. pusdansi.org
- Barat, P. J. (n.d.). *No Title*.
- Belakang, L., Media, P., & Masukan, M. (2022). *Surmida Sormin*. 1–36.
- Candana, D. M., Putra, R. A., & Purwasih, R. (2023). Journal of Science Education and Management Business. *Journal of Science Education and Management Business*, 1(1), 86–96.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi

Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>

Finance, E. B., Putri, T., Wartono, I., Utami, R. A., Surakarta, U. M., & Surakarta, U. M. (2023). *Pengaruh Ewom Terhadap Niat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Dalam Produk Skincare*.

Fitri, F. N., Isa, M., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Muhammadiyah, U. (2024). *Economic Reviews Journal*, 3, 554–571.
<https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.128>

Fitri, W. (2019). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Sr12 Herbal Skin Care (Studi Pada Generasi Milenial Kota Padang)*. 1–23.

Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.

Hidayati, N., & Priyono, B. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing , Influencer Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms*. 6(1), 35–42.

Kambali, I., & Syarifah, M. M. A. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung)*. 10, 1–8.

Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.

- Kualitas, P., & Dan, P. (n.d.). *Pendahuluan. IX(Iv)*, 507–513.
- Lailatul Mufidah, K. T. (2021). *No 7(3)*, 6.
- Luther Gulick. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia Eri Susan 1. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 952–962.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian : Harga , Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4), 392–403.
- Manajemen, J. (2022). *J-MAS*. 7(2), 1065–1069.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Muftihaturrahmah, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian YOTTA Di Kota Makassar. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Noviandi, A. (2021). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Food & Beverage Secara Online Pada Marketplace Tokopedia. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(1), 25–29. <https://doi.org/10.57084/bej.v2i1.652>
- Nurlinda, R. A. (2023). *Journal of Applied in Business Management and Accounting*. 2(01).
- Prasetyo, A. S. (2021). Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram dan Elektronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Produk Fesyen Muslim Sabhira. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

- Purba, D. G., & Nurbasari, A. (2024). *The Influence of Social Media Marketing and Influencer Marketing on Consumer Purchasing Decisions for Azarine Skincare Products at Maranatha Christian University Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsume*. VIII(2), 146–163.
- Putra, I. D. P. G. W., & Aristana, M. D. W. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention (Studi Kasus : SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11, 1035.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i11.p01>
- Putu, N., Rahayu, W., Luh, N., Cipta, P., & Cahyani, D. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lampung Beauty Care. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(2).
- Qalbi, B. N., Idris, A. A., & Haeruddin, M. I. W. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020-2023). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 406–417.
<https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/view/2391>
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 134–139.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v3i2.2218>
- Rifdah, D. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E – Wom) Di Media*

Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Bogor April 2023 Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E – Wom) Di Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan. April.

Rivaldy, A., & Rulirianto. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Mahasiswa D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang). *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* , 7, 37–40.

Safitri, A. E. (2019). *Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Gowa)*. 1–23.

Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 272–278.

Sebayang, D. E. B. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Madame Gie Di Binjai Skripsi Oleh : Devi Elsita Br Sebayang Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Gelar Sarjana Di Faku.*

Shabrina, D. N., & Prasetio, A. P. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Turnover Intention Karyawan pada PT. Tri Manunggal Karya. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 2(4), 252–262.

Siti Sulikah, Lania Muharsih, M. S. (2022). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bimbingan Belajar Online Ruang Guru Di Sman 1 Banyusari Karawang*. 1(3), 77–86.

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan

- Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Studies, F. (2022). *JIEFeS*. 3(1), 55–69.
- Sudarta. (2022). 16(1), 1–23.
- Suprihartini, L., Rinaldi, H., Saputra, H. M., Sulaiman, S., Tandra, R., & Krisandi, S. D. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi SPSS untuk Statistik Dasar Penelitian bagi Mahasiswa Se-kota Pontianak. *Kapuas*, 3(1), 35–39. <https://doi.org/10.31573/jk.v3i1.527>
- Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Ummah, M. S. (2019). 11(2), 1–14.
- Zhahra Lubis, A., Lastian Nahulae, L., Marliana Anggraini, N., Adawiyah, R., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penetapan Harga. *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 2022–2025. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21412>