

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, E., & Sugiyanto, S. (2020). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Online Dengan Media Sosial Melalui Minat Beli (Studi Kasus *JCA of Economics*, 1. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/91>
- Aries, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Make Up Artist Yang Membeli Dan Menggunakan Produk Kryolan di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 60, 60(3)*, 36–44.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Junaida, E. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Wisata Berkunjung ke Taman Hutan Kota di Kota Langsa*. 10(2), 146–155.
- Kojongian, R., Lapian, J., & Tawas, H. (2019). *Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi Manado*. 551–566.
- Kurniawati, N. I. (2020). *Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota semarang*. 22(2), 286–295.
- Lestari, N. A., & Sri Setyo Iriani. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall.com. *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas*, 6(1), 1–8.
- Letsoin, V. R., & Ratnasari, S. L. (2020). Pengaruh Keterlibatan Karyawan , Loyalitas Kerja Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan. *Dimensi*, 9(1), 17–34.
- Loisa, R., & Aulia, S. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian La Madame Florist*. 5(1), 142–147.
- Lompoliu, W., Nelwan, O. S., & Lengkong, V. P. K. (2020). *The Effect Of Job Insecurity , Job Stress , And Organizational Climate On Employees Turnover Intention At Pt . Golden Mitra Inti Perkasa Manado Pengaruh Job Insecurity , Job Stress , Dan Iklim Organisasi Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada Pt . Gold*. 8(1), 554–564.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 203–213.
- Maulana, A. I., & Jumai, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Resto Master Plate Semarang Aditya. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jembatan*, 15(2), 87–94. <https://doi.org/10.29259/Jmbt.V15i2.6656>
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt.Piji Di Jawa TimuR. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(006), 269393. <https://doi.org/10.35797/jab.0.0.2017.18378>.
- Purnama, P., Anggraini, R., Hartono, A., Irwansyah, Niken, & Ernungtyas, F. (2019). Terpaan Iklan Digital , Word Of Mouth dan Komunikasi Pemasaran Interaktif pada Keputusan Pembelian Produk Perawatan Tubuh. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah Volume 09 Nomor 02, 09*, 192–209.
- Purwandani, V., & Budiyanto. (2020). Pengaruh Motivasi, Komunikasi Dan Stress Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Bogasari Baking Center Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(9), 3–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3534/3550>
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://doi.org/10.31334/v3i1.100>
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Ekonika: University of Kadiri's Journal of Economics*, 3(2), 14.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018)*. 8(1), 21–34.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 1st ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (1st ed.). ALFABETA, cv.
- Wihara, D. S. (2019a). Pengaruh Word of Mouth dan Lokasi Terhadap Keputusan Mengambil Kredit di Lembaga Perkreditan Desa “Marto Nugroho.” *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(1).
- Wihara, D. S. (2019b). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Di Lembaga Perkreditan Desa “Marto Nugroho” Desa Rowomarto Kecamatan Patianrowo Kabupaten Nganjuk*. 12.
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49. <https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>