

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N. R. M., Ramadhan, M. R. I., Aristawati, T., & Pratama, S. A. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di ShopeeFood. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 7(2), 420. <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i2.1001>
- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Adriansyah, D., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 3(3), 123–128.
- Al Mutanafisa, T., & Retnaningsih. (2021). The Effect of Sales Promotion and Knowledge on Impulsive Buying of Online Platform Consumers. *Journal of Consumer Sciences*, 6(1), 77–91. <https://doi.org/10.29244/jcs.6.1.77-91>
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna i-Saku di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478.
- Almanda, W., & Siagian, M. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera di Batam*. 5 No 1(12), 133–145.
- Anwar Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Dedy A.Halim (ed.); 5th ed.). Salemba Empat.
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 227. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Avriyanti, D. A. M., & Handriana, T. (2022). Pengaruh Percieved Quality terhadap Percieved Usefulness dan Perceived Ease Of Use serta dampaknya pada Satisfaction pada konsumen Shopee Indonesia. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 7(1), 116. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v7i1.1063>
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37–44. <http://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/manajemen-ubhara/article/view/689>

- Cahyanti, M. M. (2022). Menguatkan Keputusan Pilihan Melalui Strategi Viral Marketing Dan Word of Mouth (Wom). *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(1), 95–108. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.470>
- Elsa Silaen, B. P. (2019). PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO A . Pendahuluan pembelian . Jika dahulu konsumen harus datang langsung ke toko maka saat ini tidak perlu datang ke secara gratis di Google Play Store dan App Store . Perilaku mina. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–9.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., She Melly, Y. A., & Transportasi, M. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Ilmiah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2019). Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 227–237.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Kang, H., & Raymond. (2020). *Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Pada Masyarakat Batam*.
- Kurniawan, A., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Media Sosial, Harga, Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 2(1), 10–18. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v2i1.68>
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). Relationship Word of Mouth , Advertising and Product Quality To Brand Awareness. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1099–1108.
- Mega Sifti Minarti, N. P. N. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4(3), 210–217.

- Online, M., Madura, N., & Kota, P. S. (2022). *Pengaruh word of mouth dan promosi online terhadap minat beli masyarakat pada usaha makanan online nasi madura pantry's kota pasuruan*. 3, 164–178.
- Paputungan, P. R., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2018). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Oriflame Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3703–3712.
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & ... (2021). Pengaruh Wom (Word of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 4(1), 61–72.
- Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut. *Jurnal Akuntansi*, 4(1), 937. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v4i1.218>
- Presly, D. (2022). *Strategi Harga Dan Promosi Yang Dilakukan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen*. 64 – 77.
- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73–80. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i1.1849>
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2019*, 3(September), 1617–1625.
- Ristiana, U. (2020). Pengaruh Promosi Gofood Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Safwati, F., Khair, H., Kunci, K., & Merek, C. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Dengan Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 5(1), 64–77. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v5i1.10507>
- Sanusi, A. (2014). *Metodeologi Penelitian Bisnis* (Dedy A. Halim (ed.); 5th ed.). Salemba Empat.
- Sitanggang, D. H., & Damiyana, D. (2022). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Pesan Makanan on Line. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.528>
- Sitorus, J. R., & Heryenzus. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan

- Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Holland Bakery Batam. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sudarningsih, E. dan S. A. (2020). PENGARUH LOKASI, KUALITAS LAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASAR KAGET DI KECAMATAN BENGKONG. *TRIANGLE Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01. No. 02(01), 240–250.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Ke 2). ALFABETA.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (T. Admojo (ed.); cetakan 1). PT Buku Seru.
- Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114–125. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Yanuar, A., & Asmoro, M. (2022). PENGARUH HARGA , PROMOSI , DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD TAPE 31 BONDOWOSO Pontjo Bambang Mahargiono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya pohon singkong merupakan salah satu hasil pertanian yang sangat besa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(11), 1–18.