

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Mufti, Ahmad Suminto, and Aulia Fathan Mubin. 2021. "Pengaruh Promosi Media Sosial Dan *Word of mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Di Toko Buku La Tansa Gontor)." *Journal of Islamic Economics (JoIE)* 1(2):1–23. doi: 10.21154/joie.v1i2.3206.
- Agung, Anak Agung Putu, and Anik Yuesti. 2020. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif Edisi Ke-1*. Vol. 1.
- Anggraini, Vivi, and Mardhiyah Dwi Ilhami. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Vlawless Kefir Kota Bengkulu." (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains* 4(1):216–26. doi: 10.36085/jems.v4i1.4452.
- Fadhilah, Muinah, Lusya Tria, and Nazala Yogi. 2021. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SARJANAWIYATA." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 5(1):361–66.
- Febrianoor, Rizki, Irwansyah Irwansyah, and Emy Rahmawati. 2022. "Pengaruh Atribut Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Miltie Bubble Di Banjarmasin Yang Di Mediasi Minat Beli." *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 11(1):66. doi: 10.20527/jbp.v11i1.13126.
- Febriana, Tri Seira, Ahmad Soleh, and Nurzam Trisna. 2023. "Pengaruh Promosi Media Sosial Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dto Thaitea Bengkulu." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 11(1):415–22. doi: 10.37676/ekombis.v11i1.3089.
- Fuatqi, Faruq Ahmad, and Puspita Candra Pertiwi. 2023. "Pengaruh *Word of mouth* Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo Menggunakan Kartu Shar-E Debit Reguler GPN." *JAPP: Jurnal Akuntansi, Perpajakan, Dan Portofolio* 03(01):51–63.
- Hanaysha, Jalal Rajeh. 2022. "Impact of Social Media Marketing Features on Consumer's Purchase Decision in the Fast-Food Industry: Brand Trust as a Mediator." *International Journal of Information Management Data Insights* 2(2):100102. doi: 10.1016/j.jjime.2022.100102.
- Hardani et al. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Hermawan, Sigit, and Wiwit Hariyanto. 2022. *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)*.
- Heryana, Ade. 2024. "Analisis Data Penelitian Kuantitatif." *Jurnal Pelita Nusantara* 1(3):430–48. doi: 10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350.
- Laowo, Novitasari. 2023. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI UD. CENTRAL MART SAMADAYA HILISIMAETANO." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 6(2). doi: 10.32722/epi.v14i1.958.
- Listyawati, Indri Hastuti. 2020. "Pengaruh Word of Mouth, Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *JBMA* 7(1):1–9.
- Marhamah, Marhamah, Siti Komariah Hildayanti, and Endah Dewi Purnamasari. 2023. "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Klinik Kecantikan Di Palembang." *Jurnal Nasional*

- Manajemen Pemasaran & SDM* 4(3):120–31. doi: 10.47747/jnmpsdm.v4i3.1424.
- Mauliddin, Alfian Rizqy, and Mashur Fadli. 2022. “Pengaruh Atribut Produk, Penetapan Harga Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nolan Jersey Pekanbaru.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(4):140–54.
- Mawar, Putri, Sari ;. Budi Heryanto, and Endang Triwidyati. 2020. “Pengaruh Atribut Produk Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Kasus Pada UKM Mahasiswa Pecinta Alam Kota Kediri).” *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 2(2):312–27.
- Muliyani, Dr. Ahmad Albar Tanjung &. 2021. *Metodologi Penelitian*. cetakan pe. edited by Dr. Ahmad Albar Tanjung & Mulaiyanu. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Mulyadi, Mohammad, Hariyadi Hariyadi, Lukman Nul Hakim, Mansyur Achmad, Wirman Syafri, Dwi Purwoko, Supendi Supendi, and Muksin Muksin. 2023. “The Role of Digital Marketing, *Word of mouth* (WOM) and Service Quality on Purchasing Decisions of Online Shop Products.” *International Journal of Data and Network Science* 7(3):1405–12. doi: 10.5267/j.ijdns.2023.3.023.
- Nurasmi, and Noor Andriana Ana. 2024. “Pengaruh Peran Beauty Vlogger, Electronic *Word of mouth* (E-WOM), Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific Di Samarinda.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5(2):4901–20.
- Nurniati, Neng, Citra Savitri, and Syifa Pramudita Faddila. 2023. “*Word of mouth* and Influencer Marketing Strategy on Purchase Decision of Skincare Products in E-Commerce.” *IJEDR : International Journal of Economics Development Research* 4(1):207–21.
- Rahmatia, La Ode Hamida, and Abdul Hakim. 2023. “Pengaruh Promosi Media Sosial Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Tho Masagena).” *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)* 4(3):284–89. doi: 10.55768/jrmi.v4i3.140.
- Romadhoningrum, Gama Rossa, and Suryono Budi Santosa. 2022. “Pengaruh Atribut Produk, Promosi Penjualan, Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Oleh Preferensi Dan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Kosmetik Sariayu Marta Tilaar Di Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 11(3):1.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suharyanto, Suharyanto, and Nial Riyadi Rahman. 2022. “The Effect of Electronic *Word of mouth* and Social Media Marketing on the Purchase Decision of Billionaire’S Project Products Through Product Quality.” *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 6(1):475. doi: 10.29040/ijebar.v6i1.4816.
- Suprpto, Yandi, and Surianti Surianti. 2021. “Analisa Pengaruh Attribute, Promotion, Service Quality, Dan Social Media Marketing Terhadap Image Dan Purchase Decision Usaha Oleh-Oleh Kuliner Kota Batam.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4(2):1010–20. doi: 10.36778/jesya.v4i2.468.
- Wendy, Wendy, and Tiurniari Purba. 2024. “Pengaruh Digital Marketing, *Word of mouth* Dan Brand Awerness Terhadap Minat Pembelian Produk BPR Sejahtera Batam.” *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia* 24(1):81–91. doi: 10.53640/jemi.v24i1.1439.

Wursan, Wursan, Lucky Radi Rinandiyana, and Tine Badriatin. 2021. "Social Media Promotion Effect on Product Purchase Decisions through *Word of mouth* Marketing." *Linguistics and Culture Review* 5(S1):821–31. doi: 10.21744/lingcure.v5ns1.1466.