

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, C. (2018). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Arif., M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *SiNTESa Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 111–122.
- Buchari, A. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (13th ed.). Alfabeta.
- Dwinanda, G. (2019). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 4(2), 122–136.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120>
- Dwiyanti, I. A. I., & Jati, I. ketut. (2019). 肖沉 1, 2, 孙莉 1, 2Δ, 曹杉杉 1, 2, 梁浩 1, 2, 程焱 1, 2. *Tjybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.).
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS INSTAGRAM PADA WARUNK UPNORMAL. *Jurnal Computech & Bisnis*, 10(2), 78–88. www.dailysocial.id
- Lenda, S., Azwar, R., & Resi, J. (2021). Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 4(1), 4.
- Lingkan, M. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol.16(No.01), 493–502.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10913>
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Peberta, P., Padang, J., & Padang, P. J. (2023). *PENGARUH MARKETING MIX DAN PERILAKU KONSUMEN PABERTA JAYA PADANG THE EFFECT*

OF MARKETING MIX AND CONSUMER BEHAVIOR ON PURCHASE DECISIONS FOR PRINTING SERVICES PABERTA JAYA PADANG Siti Hajjar ; Bakkareng ; Hosra Afrizoni Program Studi Manajemen , Fakultas . 5(1), 63–75.

- Reza, P. (2022). *Data Pengguna Internet di Indonesia tahun 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022>
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibu, N. M. an, Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222–235. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.945>
- Safrawali, S., & Siregar, B. (2022). Penerapan Administrasi Bisnis dan Administrasi Perkantoran Modern di Kota Medan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Sosity*, 2(2), 364–375. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v2i2.267>
- Septinor, B. (2016). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada Cv. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur. *EJournal Administrasi Bisnis*, 4(1), 116–127. [https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/02/Jurnal_Septi_\(02-11-16-05-36-45\).pdf](https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/02/Jurnal_Septi_(02-11-16-05-36-45).pdf)
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (29th ed.). ALFABETA.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Thamrin Abdullah, F. T. (2018). *Manajemen Pemasaran* (7th ed.). PT. RAJAGRAFINDO PERSADA
- Mamonto, Tumbuan, dan Rogi. Analisis Faktor-faktor Bauran Pemasaran (4P) terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonmi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 9(2):110-121. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.3281>
- Rahmawati, Hidayah, dan Pradana. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor. 14(1):1-16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i.2445>
- Albetris, and Irfan Widyanto. 2021. Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Paragon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS*

(Jurnal Manajemen dan Sains). 6(1):138.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>

Suparna Gede, and Bernartdictus Fandinata Candra. 2019. Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 8(11):6638. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p13>