

DAFTAR PUSTAKA

- Adolf, L. P., Lapian, J. S., & Tulung, J. E. 2020. "The Effect Of *Social Media Marketing And Word Of Mouth* On Keputusan pembelians At Coffee Shops In Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1), 126–135.
- Afif, Mubin et al. 2021. Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Di Toko Buku LA Tansa Gontor). *Jurnal of Islamic Economics*, 1(9), 1-23.
- Alma H. Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2021. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anang Firmansyah Dan Budi Mahardika. 2018. *Pengantar Manajemen*. Sleman: CV Budi Utama.
- Angelyn, & Kodrat, D. S. 2021. The Effect of *Social Media Marketing* on Keputusan pembelian with Brand Awareness as Mediation on Haroo Table. *International Journal of Review Management Business and Enterpreneurship (RMBE)*, 1(1), 2797–9237.
- Anisa, -, R. R., & Nurul Chamidah. (2022). Pengaruh *Word of Mouth* Mengnai *Live Streaming Tiktok Shop* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen . *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131–143.
- Ansari, S, Ghori, M. U., & Kazi, A. G. 2019. Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Keputusan pembelian. *Journal of Public Value and Administration Insights*, 2(2), 5–10.
- Anwar Fauzi, Rukmini, Sari Wulandari. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan Industrial Ltd . *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)*, 1(1), 1-13.
- Ari Rachman Haryadi, Rayhan Gunaningrat, & Agus Suyatno. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 8–17

- Ekowati, Wiwik Putri Wahyu Ningsi Sri. 2021. "Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow." *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 50–57.
- Evans, D., Bratton, S. and McKee, J. 2021. *Social media marketing*. AG Printing & Publishing.
- Fikri, M., & Lisdayanti, A. 2020. Influence of Promotion Mix and Perceived Usefulness in Improving the Repurchase Intention of Linkaja Applications. *International Journal of Finance & Banking Studies (2147-4486)*, 9(1), 76–84.
- Firmansyah, M. A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Jakarta: Penerbit Qiara Media.
- Hatta, I. H., & Setiarini, S. (2018). Pengaruh Word Of Mouth dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 32-40.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Hubner, I. B., Pramono, R., Maleachi, S., Pakasi, D. A., & Sitorus, N. B. 2021. Pelatihan Penggunaan Instagram dalam Promosi Produk Kuliner. *TA'AWUN*, 1(02), 162-176.
- Iha Haryani Hatta, Setiarini. 2018. Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembeli Dan Loyalitas, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 19 No. 1.
- Jakfar, Kamsir. 2004. "Studi Kelayakan Bisnis". Jakarta: Kencana.
- Jasin, M., & Firmansyah, A. 2023. The role of service quality and marketing mix on customer satisfaction and repurchase intention of SMEs products. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 383– 390.
- Joesyiana, K. 2018. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85.
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75–81.
- Julianti, Dini Anindya & Ahmad Junaid. 2020 Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Jurnal Prologia*, Volume. 4, Nomer. 1, Maret 2020, Hal 75–81.
- Kambali, I., & Masitoh, S. 2021. Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap

- Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal bisnis dan Pemasaran*, 11(1), 10–10.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2018. “Marketing Management”. New Jersey: Pearson Prectice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2019. “Prinsip-Prinsip Pemasaran”. Edisi 12 Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kurniasari, Meatry, dan Agung Budiarmo. 2018. Pengaruh *Social Media Marketing*, Brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variable inetervening pada Donuts & Cofdfe Semarang. *Diponegoro journal of social and politic*. Tahun 2018 Hal 1-7.
- Liana, Yuyuk. 2021. Pengaruh Sosial Media Marketing dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 129–136
- Manzoor, U., Baig, S. A., Hashim, M., & Sami, A. (2020). Impact of Social Media Marketing on Consumer’s Purchase Intentions: The Mediating role of Customer Trust. *International Journal of Entrepreneurial Research*, 3(2), 41–48.
- Mileva, L., & Fauzi DH, A. 2018. Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 191-198.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. 2022. Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *JUMPA*, 8(2), 741-773.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Novila Mileva, D. 2018. Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Novita Aldian dan Sengguruh Nilowardono. 2019. “The Influence of *Social Media Marketing* Instagram, Word of Mounth and Brand Awareness of Keputusan pembelian”. *Journal Management*, Vol. 2. No.2. 218-226.
- Pebrianti, W., & Awal, M. 2020. Digital Marketing , e- , Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. 11(1), 48–56.

- Pratiwi, Dian et al. 2023. Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Restaurant Tradisional Pekanbaru. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*. 4 (2). 194–206.
- Putra, Rega et al. 2022. Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD Sri Mulyo Agung). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 115-127.
- Qadhafi, N. E. 2019. Pengaruh (*Word Of Mouth*), Harga, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk air Mineral Dzakya. Skripsi, Insitut Agama Islam Negri Surakarta.
- Qomariah, N. (2020). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food Di Mall Plaza Mulia Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 35.
- Rafliansyah, Muhammad, et al. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) DAN LOKASI TERHADAP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA WISATA KULINER DIBANJARMASIN. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Tahun 2023 (SENASEKON 2023)*.
- Rahmawati, Annisa Rinda. 2021. Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Donuts and Coffee Kota Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 9, Nomor 1.
- Ratnasari, N., Susandy, G., & Apriandi, D. W. 2019. The Influence Of *Social Media Marketing* And Online Consumer Behavior In The City Of Subang On The Brand Story Of The Instant Messenger Line Application . *Diskursus Ilmu Manajemen Stiesa (Dimensia)* , 1-10.
- Rispawati, D., & Utami, V. Y. (2019). Perencanaan skenario dalam pengembangan bisnis kuliner halal di pulau Lombok–Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 8(2).
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2018. *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P. Erlangga, Jakarta.
- Saida Zainurossalamia. 2020. “Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi”. Lombok Tengah, Forum Pemuda Aswaja.
- Santoso, Andri Budi & Rianto, Yulies. 2021. Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gphoto. *Jurnal Economicus*, Vol.15 No. 1
- Sarinah, dan Mardalena. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish

Publisher.

- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. 2018. "Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu Olahraga". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47-52.
- Sholikah et al. 2021. *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business* , 77-84.
- Solis, B. 2019. *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Sudarmin, 2023. Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Solusi : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* Vol. 21(3), 723-729.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryati, Lili. (2021). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFÉ 38 COFFEE LAB YANG DI MEDIASI ELECTRONIC WORD OF MOUTH MARKETING. *Literasi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3 (1), 104-119.
- Tanady, E. S., & Fuad. M. 2020. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.9(2).
- Temaja, G. A., & Yasa, N. K. 2019. The Influence of *Word of Mouth* on Brand Image and Purchase Intention (A study on the potential customers of Kakiang Garden Cafe Ubud). *International Journal of Business Management and Economic Research*, 10, 1552-1560.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andi.
- Widyastuti, Sri. 2019. *Manajemen Promosi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.
- Wijaya, R. I., & Ratnaningrum, D. (2019). Anjungan Kuliner Nusantara. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(1), 624-635.

- Wijoyo, H., Sunarsih, D., Cahyono, Y., & Indrawan, I. 2020. *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi* (M. Prof. Dr. Ir. H. Anoesyirwan Moeins, MSi. (ed.); 1st ed.). CV. Pena Persada Redaksi.
- Winalda, I., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573-1582.
- Yulianti, Farida, Lamsah dan Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Yusuf, A. 2021. The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Keputusan pembelian on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2(1), 472–481.