

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU :

- Andrian, Putra, C. I., Jumawan, & Nursal, M. F. (2021). *Perilaku Pemasaran*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawati, J., Utami, E. F., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- HF, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Impelentasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., & Hanika, I. M. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran, Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Syariffudin, Mandey, S., & Tumbuan, W. J. (2022). *Startegi Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV, Istana Agency.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Yogyakarta: CV. Multi Pustaka Utama.
- ZA, S. Z. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.

SUMBER SKRIPSI DAN JURNAL :

- Asia, N. (2022). Pengaruh *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart di Lembang Kabupaten Pinrang. *Skripsi*.
- Fuatqi, F. A., & Pertiwi, P. C. (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 Vol. 03 No. 01 (2023)*.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta Vol. 4 No 1, April 2018*.
- Khasanah, U. N. (2020). Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Family Cilacap). *Skripsi*.
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika – Vol. 03, No. 01 (Pebruari 2019)*.
- Oktasari, R. (2021). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kaospolosjambi di Kota Jambi . *Skripsi*.

- Puspasari, D. (2021). Pengaruh Electronic *Word of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Frozen Food Indososis di Kota Denpasar. *Skripsi*.
- Shalehah, R. (2021). Pengaruh *Social Media* dan *Word of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Cabang Pamekasan (Studi Pada Mahasiswa di Kota Pamekasan). *Skripsi*.
- Silvanas, R. (2021). Pengaruh Komunikasi *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Belfoods Bangkinang Kota. *Skripsi*.
- Suryadi, A. P. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stuja Coffee Jakarta. *Skripsi*.