

DAFTAR PUSTAKA

- (INDEF), I. f. (2024). *PERAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA*. Institute for Development of Economic and Finance (INDEF).
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Andriyani, P. (2019). *engaruh Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Kuliah di STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung*. Retrieved from http://repository.umpri.ac.id/id/eprint/732/1/PUTRI%20ANDRIYANI_1.pdf
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Asia, N. (2023). *Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelia Bagi Konsumen Alfamart di Lembang Kabupaten Pinrang*. Retrieved from <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/4737/1/18.2400.106.pdf>
- Bansal, H. S., & Voyer, P. A. (2000). Word-of-mouth processes within a services purchase decision context. *Journal of service Research*.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya (Edisi Kedua)*. Jakarta: Kencana.

- Danadipa, B. (2021). *PENGARUH WORD OF MOUTH MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN TEANOL CABANG THEHOK DI JAMBI*. Retrieved from <http://repository.unbari.ac.id/1136/1/BAGAS%20DANADIPA.pdf>
- Diah, M. H., & Vercelli, V. (2023). *PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN CHONG BAK KUT TEH (CBKT) GADING SERPONG*. *JIP: Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Effendy, O. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hidayat, R., Rahma, N. A., Carles, & Hajar, H. A. (2023). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Warren Store di Kota Palopo*. *Jurnal Ilmiah Research Student (JIRS)*.
- Joesyiana, K. (2018). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU*. *Jurnal Valuta*.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).

- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Manajemen Pemasaran*,. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lestari, N. R. (2020). Pengaruh *Word of Mouth* Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Manajemen*.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika '45*, 5(1).
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi, Cetakan Kedua, Edisi Revisi Kedua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Media Presindo.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian untuk Tesis dan Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widi, S. (2023, Februari 3). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>