

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardiani, E., & Sugiyanto. (2020). “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Online Dengan Media Sosial Melalui Minat Beli”. *Economic And Business*, 1(2), 430–435. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/91/91>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Assael, H. (2014). *Consumer Behavior And Marketing Action*,. Boston: Pws-Kent Publishing Company.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek Dan Word Of Mouth (Perannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissa Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., Halim, S., Manajemen, P. S., Karawang, U. S., Digital, P., & Online, K. P. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice (6th Ed.)*. America: Pearson.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Bpfe.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta : Deepublish.
- Gerung, C. J., & Loindong, J. S. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (ed.9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1).
[Http://Journal.Uir.Ac.Id/Index.Php/Valuta/Article/Download/2534/1444](http://Journal.Uir.Ac.Id/Index.Php/Valuta/Article/Download/2534/1444)
- Kotler, & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing, Edisi 14*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kristiawan, A., Kurniawati, K., Gunawan, I., & Agrippina, J. (2021). Pengaruh Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Segmen : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Pelanggan Shopee Dan Jd.Id). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 8(2), 479–492.
- Kurniawan, W., & Agustini, A. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan Dan Keperawatan*. Cirebon: Cv Rumah Pustaka.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jd.Id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3).
[Https://Doi.Org/10.35137/Jmbk.V7i3.349](https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i3.349)
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35.
[Https://Doi.Org/10.35797/Jab.9.1.2019.23529.35-42](https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42)
- Mileva, L. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan Line). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 190–199.
[Http://Repository.Ub.Ac.Id/Id/Eprint/162980/](http://repository.ub.ac.id/id/eprint/162980/)
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing

Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://Jurnalmahasiswa.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jptn/Article/View/36056>

- Munda, N. C. P. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Van Hengel Katering Bandung*. [Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung]. [Http://Repository.Stp-Bandung.Ac.Id/Handle/123456789/894](http://Repository.Stp-Bandung.Ac.Id/Handle/123456789/894)
- Nainggolan, N. T., Munandar, M., Sudarso, A., Nainggolan, L. E., Fuadi, F., Hastuti, P., Ardiana, D. P. Y., Sudirman, A., Gandasari, D., Mistriani, N., Kusuma, A. H. P., Rumondang, A., & Gusman, D. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nasrullah. (2022). *Analisis Pengaruh Jenis Pemberian Voucher Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Food Di Kota Surabaya* [Upn Veteran Jawa Timur]. [Http://Repository.Upnjatim.Ac.Id/5363/](http://Repository.Upnjatim.Ac.Id/5363/)
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Novianti, K. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Awareness Dan Wprd Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta]. [Http://Repository.Stieykpn.Ac.Id/925/1/Ringkasan Skripsi Kania Novianti - 211629330.Pdf](http://Repository.Stieykpn.Ac.Id/925/1/Ringkasan%20Skripsi%20Novianti%20-211629330.Pdf)
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta Nomor 1-2 Malang) Finnian. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 22(1), 1–7.
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Pasaribu, J. F., Soebandhi, S., Suyono, J., & Elisabeth, D. R. (2019). The Impact Of Lifestyle, Brand Awareness, Product Quality, On Purchasing Decisions And Repurchase Intention. *Journal Of World Conference (Jwc)*, 2(1), 137–145. <https://doi.org/10.29138/Prd.V2i1.127>
- Peter, P. ., & Olson, J. (2013). *Costumer Behavior*. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilakukonsumen Dalam Persaingan Bisinis Kontemporer*. Bandung : Cv Alfabeta.

- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.510>
- Rahayu, A., Wibowo, L. A., & Christianingrum. (2013). Analisis Nilai Pengalaman Berbelanja Online Melalui Experiential Marketing. *Jurnal Ilmu Manajemn & Bisnis*, 1-10.
- Rahayu, P. D. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 6(10), 1–20.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus*. Jakarta: Erlangga.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding Sendiu 2020, 2016*, 701–707.
- Sahani, G. O. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada E-Commerce Website Berrybenka)*. [Universitas Bakrie]. <http://repository.bakrie.ac.id/1422/>
- Sandi, B. (2017). Pengaruh E-Wom Dan Costumer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Situs Jual Beli Online Tokopedia. *Management And Business Review*, 1(2), 106–115. <https://doi.org/10.21067/Mbr.V1i2.4766>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2020.V09.I07.P07>
- Sernovitz, A. (2012). *Word Of Mouth Marketing*. Amerika: Greenleaf Book Group Press.
- Sijabat, R., Syamsuri, Pratiwi, R., Amruddin, Hasan, Chadhiq, U., Irhamni, M. R., & Hartati, A. (2020). *Strategi Digital Marketing*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Suandana, N., Rahyuda, K., & Yasa, N. (2016). Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion Terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(1), 85–97.

- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. W. (2015). Statistik Untuk Kesehatan. In *Gava Media*.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sumarwan, U., Noviandi, A., & Kirbrandoko. (2013). Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik Di Jabotabek. *Pangan*, 22(2), 333–344.
- Sunyoto, D. (2015). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Caps (Center For Academic Publishingservice).
- Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Erilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tokopedia.Com."Tentang Tokopedia".<https://www.tokopedia.com> (Diakses 29 Januari 2022)
- Usman, E. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Wicaksono, K. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Angkringan Akropi Rawasari)* [Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia Jakarta]. <http://Repository.Stei.Ac.Id/5859/>
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). 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. <https://Jurnalekonomi.Unisla.Ac.Id/Index.Php/Jpim>
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka.Com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343. <https://Doi.Org/10.24843/Ejmunud.2018.V07.I10.P06>
- Yusi, S. (2020). *Statistika Untuk Ekonomi, Bisnis, & Sosial*. Yogyakarta : Andi Offset.

Yusnia, B. (2020). Customer Experience, Diferensiasi Produk, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pusat Grosir Solo. *Edunomika*, 04(01), 227–235.

