

DAFTAR REFERENSI

- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(12).
- Andari, R., Napu, D., & Maghira. (2016). Word of mouth terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan domestik di davina tour and travel gorontalo. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol.VI No.1, 4, 1–10.
- Darmawan, M. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Identic Coffee Cempaka Putih)*. 30.
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee.Co.Id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop shopee di pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4, 1–15.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., Hermawan, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing* (15th ed.). New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.).
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laksana. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. (1st ed.). Khalifah Mediatama.
- Lupiyoadi, & Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3rd ed.).
- Nazarudin, A., Telagawathi, N. L. W. S., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5.
- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.

- Petcharat, T., & Leelasantitham, A. (2021). A retentive consumer behavior assessment model of the online purchase decision-making process. *Heliyon*, 7.
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astuti, P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah di Toserba Borobudur Kediri. *JIMEK*, 1(2).
- Pradipta, K. (2021). *Pengaruh promosi penjualan, harga, dan word of mouth Terhadap keputusan pembelian konsumen tokopedia*. 30.
- Rohmah, & Miftahur. (2018). Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada situs jual beli online Elevenia. *JOM FISIP Vol. 5: Edisi II*, 5, 1–13.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16, 117.
- Septiana, E. (2022). *Pengaruh word of mouth dan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan menurut perspektif ekonomi islam*.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. Greenleaf Book Group Express.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 201–212.
- Sudjatmika, & Vania, F. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com. *AGORA Vol. 5, No. 1*, 5, 1–7.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyawati, D. T., & Nursiam. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Informasi, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui e-commerce (studi empiris pada Konsumen E-commerce di kota Surakarta). *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.).
- Zhao, Y., Wang, L., Tang, H., & Zhang, Y. (2020). Dari mulut ke mulut elektronik dan niat pembelian konsumen dalam e-niaga sosial. *Penelitian Dan Aplikasi Perdagangan Elektronik*, 41.