

DAFTAR PUSTAKA

- Alhempri. et al. (2025). *Pengantar Manajemen*. PT Penamuda Media.
- Anna Wulandari & Heru Mulyanto. (2024). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN*. www.publisher.alungcipta.com
- Charviandi. et al. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (PERSPEKTIF DIGITAL MARKETING)*. CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S. H. , M. Hum. , M. B. A. , M. H. , M., Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE. , MM., Dr. Heri Erlangga, S. Sos. , M. P., Dr. Ir. H. Nurjaya., SE. ,MM, & Denok Sunarsi, S. Pd. , M. M. CHt. ,. (2021). *STRATEGI PEMASARAN*.
- Elvera & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit Andi.
- Erizal Nazaruddin, Renada Amalia, Nadra Nadila Hutasuhut, Muhammad Fajar Aqla Maulana, & Suryadi Irwan. (2024). PENGARUH *WORD OF MOUTH* (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SHOES HOLIC YANG TERDAPAT DI SUMATERA BARAT. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 7(1), 22–27. <https://doi.org/10.57093/metansi.v7i1.236>
- Fajar Susanto, B., Zulfhi Surya, R., Ikhwan, K., & Nalendra, B. (2024). PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUPUK AMPLANG UDANG DI KABUPATEN INDRAGIRI HILIR. *Jurnal Selodang Mayang*, 10(3).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit - Undip.
- Halim, Fitria. et al. ,. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Hildawati, S. Sos. , M. S., Lalu Suhirman, Ms., Bayu Fitra Prisuna, Mp., Liza Husnita, Mp., Budi Mardikawati, Mp., Santi, Mp., & Sroyer, A. M. (2024). *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF & APLIKASI PENGOLAHAN ANALISA DATA STATISTIK*. Yayan Hadiyat. www.buku.sonpedia.com
- Musnaini. et al. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN*. CV INSAN CENDEKIA MANDIRI .
- Putri, E., Tumbel, T. M., & Tamengkel, L. F. (2024). *Pengaruh Word of Mouth Communication terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Mahasiswa Ermailin Putri Tinneke Meyske Tumbel Lucky Franky Tamengkel* (Vol. 5, Number 2).
- Rizky, A. M., Yunita, D., & Iisnawati, I. (2023). Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood. *Jurnal Intelektualita:*

Keislaman, Sosial Dan Sains, 12(2).
<https://doi.org/10.19109/intelektualita.v12i2.19154>

Sekar Amalia, N., & Rachmi, A. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, *WORD OF MOUTH* (MULUT KE MULUT) DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, (9).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tanjung. et al. (2021). *Organisasi dan Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.

Tapaningsih. et al. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT SADA KURNIA PUSTAKA.

Udayat & Kusmiati, M. (2025). *PENGANTAR MANAJEMEN*. CV Aksara Global Akademia.

Wirawan, B., & Oktavianti, R. (2022). *Media Sosial dan Word of Mouth dalam Menentukan Keputusan Konsumen Memilih Jasa Modifikasi Motor*.

