

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, M., Nadeem, S., Naz, F., Perveen, F., & Sameen, A. (2021). *Impact of parental education and socio-economic status on academic achievements of university students. European Journal of Psychological Research*, 1(1)
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2019) *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Boston: Pearson
- Dewi, S. S. (2017). Hubungan Motivasi Berprestasi dengan Social Loafing pada Mahasiswa Universitas Medan Area. *Consilium: Berkala Kajian Konseling Keagamaan*, 4(4)
- Donni Juni Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Fika, S., Salsabilla, W., & Batangriyan, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(September), 1–12.
- Fitriyani Fitriyani, (2023), Pengaruh Sosial Media Marketing, E-Wom dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian di Perusahaan Investasi , *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 35-49 - May 2023, eISSN:2721-2092, <https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.35-49>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Universitas Diponegoro, Semarang
- Gede Wisnu Saputra, I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, (2020), Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian , *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596-2620 - July 2020, ISSN:2302 8912, DOI : <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Ihsan, B. W., Abidin, Z., & Kuleh, J. (2022). *The Effect of Electronic Word of Mouth Communication and Website Quality on Purchase Decisions through Trust as a Mediation Variable at Ruparupa.com in Samarinda*.

Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5(2), 12776-12785.

- I Dewa Putu Gede Wiyata Putra, Ayu Gede Willdahlia, Made Dona Wahyu Aristana, (2023), Pengaruh Kualitas Layanan, Word Of Mouth, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Institut Bisnis Dan Teknologi Indonesia), E Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 716-723 - April 2023, ISSN:2337-3067, <https://doi.org/10.2484/3/eeb.2023.v12.i04.p12>
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50
- Kusuma, A., & Sholahuddin, M. (2023), *The influence of word of mouth digital marketing and service quality on buying interest halal skincare*, Enrichment : Journal of Management, 13(3), 1872-1882. ISSN : 2087-6327 (Print) 2721-7787 (Online) <https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i3.1566>
- Katrin & Diyah, (2016), Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung, 246-254
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kurnia, Purnawan S, Rizwan T. (2016). Pemetaan Daerah Penangkapan Ikan Pelagis Kecil Di Perairan Utara Aceh. Universitas Syiah Kuala - Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kelautan Perikanan Unsyiah*. 1(2): 185-194.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P. Dan Armstrong, N. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Kotler, P. Dan Armstrong, N. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson
- Kotler, P., Keller, K. L., Manceau, D., & Hemonnet, A. (2019). *Marketing Management*. Paris: Nouveaux Horizons.
- Kimiko Alberta Wibowo, Chandra ita Luk, Oryz Agnu Dian W, (2024), Pengaruh Digital Marketing, E-WOM (Electronic Word of Mouth) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bentani Hotel & Residence

Cirebon, eCo-Fin, 6(3), 608-622 - October 2024, ISSN:2656-0941, e-ISSN:2656-095X <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1652>

Mathilda Yosephine Jecinda Tuhumena, Edy Djoko Soeprajitno, Rony Kurniawan, (2024), Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Onde-Onde Bu Susi. (2024). Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis, 3, 910-918. E-ISSN : 2962 -2050, <https://doi.org/10.29407/pfdsd311>

Muljono, R. K. (2018). Digital Marketing Concept, Penggunaan Konsep Dasar Digital Marketing untuk Membuat Perubahan Besar. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Mohammad Mulyadi, Hariyadi Hariyadi, Lukman Nul Hakim, Mansyur Achmad, Wirman Syafri, Dwi Purwoko, Supendi Supendi, Muksin Muksin, (2023), *The role of digital marketing, word of mouth (WoM) and service quality on purchasing decisions of online shop products*, International Journal of Data and Network Science 7 (2023) 1405–1412, ISSN 2561-8156 (Online) - ISSN 2561-8148 (Print) DOI:10.5267/j.ijdns.2 023.3.023

Muharam, H., Fitriyani, S., Marthalia, L., & Simanjuntak, V. C. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Keripik Pisang (Tiens Banana Chips) di Kabupaten Subang. *Jurnal Pengabdian Tangerang Selatan [JURANTAS]*, 2(3), 192–199. <https://doi.org/10.58174/jrt.v2i3.169>

Neny Kusumadewi, Pipih Sopiyan, (2023), Pengaruh Iklan Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Dapoer Ami Tenjolayar , Entrepreneur Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan, 4(1), 143-153 - January 2023, ISSN:2723 1941. e-ISSN:2776 2483, DOI : <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i1.3576>

Padmawati, N. M., & Suasana, I. G. (2020). Peran Kepercayaan Merek Dalam Memediasi Pengaruh E-wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime Di Bali. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2621-2641

Pradani, Annisa, (2017). Pemanfaatan Serbuk Daun Torbagun (*Coleus amoinicus* Lour) dalam Pengembangan Produk Puding Instan Torbagun sebagai Pangan Fungsional. Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor. Skripsi dipublikasi.

Pratama, B. N. (2016). Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Word Of Mouth (Studi Kasus Warung Spesial Sambal Cabang Bintaro 1). *Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–198

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1 - 17. E-ISSN: 2580-4332, DOI: <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Prasetyo, A.Y., Dh, A.F., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015, 2015/2016, Dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Dan Menggunakan Sepatu Converse).
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service Management*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Saputra, G. G., & Fadhilah. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah*, 4(2), 442–452. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2353>.
- Simanjuntak, Vera Clara, Dewi Ayu Kusumaningrum, and Mella Desthari. (2022). “*The Effect of Relationship Marketing, Promotions, and Brand Image on Purchasing Decision of Sahira Dates Syrup*”. *South Asian Journal of Social Studies and Economics* 14 (4):22-32. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2022/v14i430390>.
- Theng, L., & Saputra, B. W. (2023). *The Influence of Digital Marketing, Word of Mouth, and Quality of Service on Patients' Decisions to Visit Budi Medika Hospital Bandar Lampung*. *International Journal of Science and Society*, 5(5), 1034-1049. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v5i5.970>
- Wanda Dwi Ramadhan, Ike Kusdyah Rachmawati, Agus Rahman Alamsyah, (2023), Pengaruh Word Of Mouth, Digital Marketing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee, *Jurnal Bina Manajemen*, Maret2023 Vol. 11 No.2 Hal 124-136, p-ISSN : 2303-0283 E-ISSN : 2656-8667 DOI : <https://doi.org/10.52859/jbm.v11i2.364>