

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media. hal, 79.
- Abdurrahman, N.H.(2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Agusta, Hendrawan. (2020). *Pertanggungjawaban Khpm Dalam Proses Ipo Jika Terdapat Fakta Material Yang Tidak Diungkap*, “Masalah-Masalah Hukum, Vol.49, No.1 . hal, 12.
- Alia Almitra Aprilianti, Donni Juni Priansa. (2018). *He Influence Of E-Marketing On Consumer Decisions Using PT. Fres Indonesia Wisata Services. E-Proceeding Of Applied Science: Vol.4, No.3 Desember 2018*. hal, 339.
- Alma,B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. hal, 205.
- Ardi, Devi Marta, Trimurti dan Suhendro. (2016). *Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Terhadap Tindakan Penggelapan Pajak di Kota Surakarta. Journal of Economic and Economic Education*.Vol. 4, No. 2. Surakarta: Universitas Islam Batik Surakarta. hal, 7.
- Andarini, Erica Dwi Septy, dkk. (2021). *Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Tiket Pada PT. Haryono Tour dan Travel Surabaya. UBHARA Management Journal*, Vol.1, No.2 . hal, 279-285.
- Andi Prasetyo Wati. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera, PT. Literindo Berkah Karya, Semanding, Sumbersekar. hal, 19. Anggoro, S. dan Marius, P. (2015). *Profil Pengguna Internet Indonesia 2015*. Jakarta. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Assauri, S., (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hal, 198.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for compotitive advantage, concepts and reading*. New York: McGraw-Hill Education. hal, 57.
- Barry. Babin. (2016). *Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea, The Journal Of Service Marketing*. Vol 19 No.3. hal, 7 & 133.
- Bancin, John. Budiman. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

- Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2020). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE. hal, 102.
- Boone, Louis E, dan Kurtz, David L. (2016). *Pengantar Bisnis Jilid Ke-1* (Terjemahan Anwar Fadriansyah). Jakarta: Erlangga. hal,79.
- Chakti, Gunawan. (2019). *The Book Digital Marketing*. Makasar: Celebes Media Perkasa.
- Citra, T., & Santoso, S. B (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Pencetakan Jadi Jaya Group, Semarang)*. Diponegoro *Journal Of Management*, hal, 158-159.
- Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing*. Malaysia: *Pearson Education Limited*. hal,11.
- Damiati. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT Grafindo Persada.
- Danang, Sunyoto. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: *Center fot Academic Publishing Service (CAPS)*. hal, 154.
- Evi. (2017). *Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen, dan Pengetahuan Manajer Akuntansi pada Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. hal, 10.
- Fitria. (2016). *Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)*. Skripsi Universitas Lampung, Bandar Lampung. hal, 8.
- Finanda, R.I. & Wiwaha,A. (2017). *Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Miloff BeAUTY Car*. *Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heidrick and Struggles. (2016). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*. hal, 1.
- Hughes. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru*. *Jurnal Valuta*. ISSN: 2502:1419. Vol.4, No.1
- Hurriyati .R.. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Keempat. Bandung: CV Alfabeta. hal,128.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). *Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. ISSN 1907-235X. Vol. 14, No. 1.

- Jalilvand, M. R., Ebrahimi, A., & Samiei, N. (2015). *Electronic Word of Mouth Effects on Tourists' Attitudes Toward Islamic Destinations and Travel Intention: An Empirical Study in Iran*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Hal, 42.
- Julianti, Anindya, D. & Junaidi, Ahmad. (2020). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. Vol.4, No.1.
- Joesyiana, Kiki (2018). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media *Online Shop Shopee* Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta* 4, No.1. ISSN: 2502-1419. hal, 73.
- Kotler, Philip dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Alih bahasa: Bob Sabran. Erlangga, Jakarta. hal, 11-27-47.
- _____. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125. hal, 195-198-235.
- _____. (2015). *Marketing an Introducing Pretiece Hall Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc. hal, 47-76.
- Kotler, Philip. Armstrong, G.(2019). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. hal,73.
- _____. (2016). *A Framework of Marketing Management*, Sixth Edition, Pearson Education Limited, England. hal,177.
- _____. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 15. Boston: Pearson Education. hal, 62.
- _____. (2017). *Pemasaran*, Edisi Pertama. Salemba Empat, Jakarta. hal, 4-424.
- _____. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Salemba Empat. hal, 34-73.
- Kurniawan. (2019). *Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan*. hal,8.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen : Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*.
- Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Organizational Performance* dengan *Intellectual Capital* dan *Perceived Quality* sebagai Variabel *Intervening* pada Industri Hotel Bintang di Jawa Timur. *Jurnal Pemasaran*. Vol.12, No. 1.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. hal, 5.

- Mustakim. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Mata Kuliah Medan Elektromagnetik. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*. hal, 22.
- Nur A., Halimah, dan Dr.Ir.Harrie Lutfie. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Kaki pada PT. Soka Cipta Niaga pada tahun 2018. *e-Proceeding of Applied Science*, 4(2), hal, 388-395.
- Pangestika, N. (2018). *Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling*.
- Pentury, L. V., Sugianto, M., & Remiasa, M. (2019). Pengaruh *e-Wom* Terhadap *Brand Image* dan *Purchase Intention* Pada Hotel Bintang Tiga Di Bali.
- Prabowo, Eun Young Kim.(2018). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Organizational Performance*. hal, 103.
- Pramesti, Chintia. A.I. & Rahanatha, B. G. (2019). Peran *Brand Image* memediasi Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* Terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*. Vol. 8, No. 1.
- Prayitno, Sunarto dan Harjanto. (2017). *Konseling Profesional Yang Berhasil; Layanan dan Kegiatan Pendukung*. Jakarta: Rajawali Pers. hal, 116.
- Priansa, Doni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia. hal, 339.
- Prihartono, & Ali, Handoko. (2020). *The promises ethics and marketing concept strategy as a competitive advantage on private higher education (A survey on perception of product attributes and promotion mix in Indonesia)*. *Talent Development and Excellence*. hal, 102.
- Purnama, R. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Labkat Pres. hal, 234.
- Purnama, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*. hal, 1-17.
- Puspandari, T. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Upaya Peningkatan Brand Awareness Kebab Mantap Frozen di Jakarta Timur. hal, 10.
- Putranti, Dwi.R. H. (2015). Pengaruh Langsung Dan Tak Langsung Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Feb Untag Di Semarang). *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*. Semarang: FX. Denny Pradana. hal, 42.
- Ramadan, Hilal, Ilham, P.R. & dkk. (2021). Analisis Teknik *Digital Marketing* Pada Aplikasi *TikTok* (Studi Kasus Akun *TikTok @jogjafoodhunterofficial*). *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol.18, No. 1.

- Rahadi, Dedi Rianto. (2017). *Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial*. Malang: Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, hal 109.
- Rangkuti, Freddy . (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. hal, 83.
- Ridwan, and Akdon. (2015). Rumus dan data dalam analisis statistika. *Edited by Zaenal Arifin*. Keenam. Bandung: Alfabeta.
- Ruhamak, M.Dian. & Rahayu.B. (2017). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Image* Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris *Dynamic English Course Pare*. Jurnal Ekonomi. Vol.1, No. 2.
- Priatama.R. Ramadan.H.I & dkk. (2021). Analisis Teknik *digital marketing* Pada Aplikasi *TikTok* (Studi Kasus Akun *TikTok @jogjafoodhunterofficial*). Jurnal ilmu sosial. Vol.18, No.1.
- Sajarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta:Pustaka Baru Press. hal, 162.
- Sanjaya, Surya. (2015). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan. Jurnal Ekonomi. Vol. 16, No.2
- Saputra, Hadi, Didin. & dkk. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis. hal, 47.
- Saputra, W.G & Ardani Sari, K.A.G.I. (2020). Pengaruh *Digital Marketing, Word Of Mouth*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Vol. 9, No. 7.
- Sari, Dian Mustika. (2019). Pengaruh Kompetensi Karyawan Bagian Akuntansi, Dukungan *Top* Manajemen Serta Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi (Studi kasus pada perusahaan penerbit dan percetakan di Surakarta). Universitas Islam Batik Surakarta. hal, 73.
- Sernovitz, Andy. (2018). *Word Of Mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*. America: Published by Greenleaf Book Group Press Austin. hal, 32.
- Setiawan, Daryanto. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. "Jurnal Simbolika: *Research and Learning in Communication Study* 4.1 hal, 62-72
- Simanjuntak, Vera Clara. (2019). *The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and Word Of Mouth (WOM) upon the image of the company (case study at Hotel Whiz Prime Bogor)*. *The Management Journal of Binaniaga* Vol. 04, No. 02
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Andi. hal, 50.

- Sugiarto Monica, Pentury. V. L., & Remiasa Marcus. (2019). Pengaruh *e-Wom* Terhadap *Brand Image* Dan *Purchase Intention* Pada Hotel Bintang Tiga Di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. ISSN 0216-6283. Vol. 5, NO. 1.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: PT Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta hal, 317.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta hal, 317.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta. hal, 110
- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Sutisna. (2016). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung. hal,185.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: CVAndi Offset.
- Wulandari, R. D. & Donant Alananto Iskandar (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *JRMB*, 3(1), hal, 11-18.