

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behaviour*. McGraw-hill education (UK).
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a theory of planned behavior questionnaire*. Amherst, MA.
- Akasse, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.457>
- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.57084/jmb.v1i2.453>
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 953–958.
- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ>
- Arsitha, A. L. J. (2022). *Skripsi Strategi Promosi Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata (Dispopar) Sumbawa Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Ekowisata Hiu Paus Teluk Saleh*.
- Asia, N. (2023). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart Di Lembang Kabupaten Pinrang. *Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare*.
- Babin, B., Lee, Y.-K., Kim, E.-J., & Griffin, M. (2005). Modeling Consumer Satisfaction and Word-of-Mouth: Restaurant Patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19, 133–139. <https://doi.org/10.1108/08876040510596803>
- Brahmadi, H. (2018). *JURNAL MANAJEMEN FE-UB PENGARUH IKLAN DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA JUPITER MX Oleh :Muhammad Halilintar Brahmadi Bagus*. 149–164.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Dea Moyan Safitri, N. (2024). Prosiding Seminar Nasional Manajemen. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 72–76. 38+Amelia+Intan+Prasasti+Hal+723-726

- Dewi, A. M. (2018). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i1.78>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=RbyfEAAAQBAJ>
- Diyatma, A. J. (2017). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAKA BISTRO & BAR. *A Glossary of Chickens*, 4(1), 33–34. <https://doi.org/10.1515/9781400845965-016>
- Fadillah, H. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEALER YAMAHA SURYANATA AMUNTAI* Haris Fadillah. 5(2), 1–12.
- Fatimah, F. (2017). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL (Studi Kasus pada Ritel Tradisional di Desa Balung Lor Balung Jember) PENDAHULUAN* Perekonomian yang tidak menentu dan di era digital saat ini membuat persaingan bisnis disemua b. 3(1), 31–46.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*.
- Ghozali. (2016). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian PRODUK KOSMETIK HALAL DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.114>
- Gozhali, I. (2013). Analisis multivariate program edisi 7. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books. <https://books.google.co.id/books?id=73hjEAAAQBAJ>
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method. *ABDIMAS: Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8–15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Hidayat, Y. A., Istiatin, I., & Hartono, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Pelayanan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen PT. Jaladara Jaya Trans Klaten. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1140–1144. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4344>
- Insani, K., & Antonius, F. (2024). *Bisnis Jaringan Internet Fiber Optic di Era Digitalisasi untuk Pemerataan Infrastruktur Telekomunikasi*. 6(4), 799–805.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, 21(1), 1–8.
- Jilhansyah, A. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE*

- TOKOPEDIA DI KOTA MANADO*. 9(2), 663–674.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran edisi ketiga belas. *Jakarta: Erlangga*, 64.
- Kotler, P., Keller, K. L., MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)*.
- Layanah, N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Marketing Information System: Harga Produk, Kualitas Layanan, Promosi. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(4), 685–693. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/135>
- Lukito, W. A. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.
- Minarti, M. S. (2020). *Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada jasa pad PT. MEX Jambi Jaya Cabang Jambi*.
- Mulyadi, M., & Tiorida, E. (2024). Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction: A Study on Traditional Retail (Nanostore) in Kabupaten Subang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 60–71. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.56111>
- Napikasari, D. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE (Studi Konsumen Ella Skincare Cabang Kartasura)*.
- Ns. Alfeus Manuntung, S. K. M. K. (2019). *TERAPI PERILAKU KOGNITIF PADA PASIEN HIPERTENSI*. WINEKA MEDIA. <https://books.google.co.id/books?id=VWGIDwAAQBAJ>
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Nurimani, G. S. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 59–62. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1720>
- Parker, S. P. (2012). *McGraw-Hill Dictionary of Scientific and Technical Terms*. McGraw-Hill Education. <https://books.google.co.id/books?id=xOPzO5HVFfEC>
- Polla, F. C., M. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.
- Prihastuty, D. R. (2023). BAB VIII SAMPLING. *PENGANTAR*, 97.
- Pulungan, F. A., Saragih, L., Okto, E., & Damanik, P. (2023). *PENGARUH STORE ATMOSHPOHERE DAN KUALITAS LAYANAN*. 5(1), 35–46.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.

- Putri, R., & Munas, B. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Wingko Babat Pak Moel di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rifani, R. A., Aryanti, S., & Syamsuriani, S. (2023). Pengaruh Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Livestream Tiktok Shop). *Amsir Management Journal*, 3(2), 100–114. <https://doi.org/10.56341/amj.v3i2.204>
- Rukhmana, T. (2024). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 2(2), 28–33.
- Salsabila, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang) Abstrak. *Journal of Management & Business ISSN : 2598-831X*, 5(c), 156–167.
- Simamora, B. (2022). *Skala Likert , Bias Penggunaan dan Jalan*. 12(1), 84–93.
- Sudarmi. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP PENDAHULUAN Pada saat ini , globalisasi telah membawa perubahan di dunia yang semakin terindustrialisasi . Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan globalisasi yang terbuka bagi setiap pengusaha . Munculnya persa. 21(3), 310–316.
- Sudarta. (2022). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. 16(1), 1–23.
- Sugiyono, P. (2022). Dr. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supranto, J. (2007). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis. *Jakarta: Mitra Wacana Media*, 12, 14.
- Syah, A. (2023). Strategis Pemasaran. *NBER Working Papers*, 1(1), 31. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- TIARAH. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DI PUSKESMAS KOTA MALILI, KABUPATEN LUWU TIMUR. 1–23.
- Tjiptono, F. (2008). Gregorius dan Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Untari, D. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Journal of Contemporary Asia*, 2(E-ISSN 2550-0791), 308–321. <https://doi.org/10.1080/00472330080000221>
- Vania, R. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(2), 01–10. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.161>
- Varamita, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Gejrot Mitoha Galak. *Formosa Journal of*

- Multidisciplinary Research*, 1(3), 835–850. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i3.798>
- Wdyanti, S. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Wibowo, L. A. (2019). *Manajemen komunikasi dan pemasaran*.
- Widyamati, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Analisis Strategi Promosi terhadap Analisa Pengembangan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 1(3), 355–368.
<https://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/view/25/24>
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>

