

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, F. I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung-Warung Pecel Di Blitar. *Jurnal Pemasaran Dan Bisnis Indonesia*, 2–11.
- Alcañiz, M., Bigné, E., & Guixeres, J. (2019). Virtual Reality In Marketing: A Framework, Review, And Research Agenda. *Frontiers In Psychology*, 10, 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01530>
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16-3.
- Ardiari, K. A., & Nuryani, N. N. J. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pasca Covid di UMKM Kerajinan Kayu Nyiur Indah Singaraja. *Widya Manajemen*, 5(2), 159-169.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Infografis Pengguna Internet Indonesia 2024*. Diakses dari <https://apjii.or.id>
- Ati, P. S. U. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merek Polytron (*Studi Kasus Pada Penduduk Kelurahan Lingkar Timur Kota Bengkulu*).
- Aulia, A., & Abednego, F. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Social Media Activities Terhadap Minat Beli Konsumen Menantea Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 18-27.
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 2022.
- Berger, J. (2014). Word Of Mouth And Interpersonal Communication: A Review And Directions For Future Research. *Journal Of Consumer Psychology*, 24(4), 586–607. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.05.002>
- Dewi, I. L., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening Di Kota Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3905-3913.

- Dharma, B., Auliyani, M., & Manik, N. N. A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kota Medan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 206-215.
- Fachruddin, R. (2020). Pengaruh Online Marketing Dan Word Of Mouth Promotion Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kafe Hidden Place Di Medan (Doctoral dissertation, *Universitas Medan Area*).
- Fatmawati, A. (2024). The Influence Of Digital Marketing, Price, Consumer Perception, Store Atmosphere And Word Of Mouth On Purchasing Decisions At Cafe Halona Coffee Rantauprapat. Tugas_Akhir (Artikel) *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3661-3673.
- Febriani, S. N., & Dewi, W. A. (2018). *Teori dan praktis riset komunikasi pemasaran terpadu*. UB Press.
- Febrianti, L., Bakti, U., & Hairudin, H. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Digital Marketing, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lampung Banana Foster. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 2(2).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Haikal Ibnu Hakim, N., Ohorella, N., & Edy Prihantoro. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. Mukasi: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111–122. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i2.802>
- Handayani, L. D. L., & Kosasih, K. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Prroduk Pixy Di Karawang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(4), 407-417.
- Hidayati, F. N., & Priyono, B. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 35-42.
- Indah, A., Amalia, P., Mardian, I., Manajemel, P., Tinggi, S., Ekonomi, L.. Mouth, Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140-156. Jakarta: Erlangga.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada

- Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 4, 71-85.
- Kondang Kaloka, A. S. (2016). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Instagram @Makananjember.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran (Vol. Edisi 13).
- Kuantitatif, P. P. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Lang, B. (2020). Word Of Mouth: What We Know And What We Have Yet To Learn.
- Latief, A. (2018). Analisis pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Latief, R. (2018). Word of Mouth Communication: Penjualan Produk. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Mirdzan, M., Farida, E., & Millaningtyas, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Novianti, K. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Brand Awareness Dan Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta) (Doctoral dissertation, STIE YKPN Yogyakarta).
- Nurvidiana, R. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg. XI Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Priyatno, D. (2018). Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum SPSS 24. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET. PT. Alfabet
- Purnamasari, I. A., & Kadi, D. C. A. (2022, October). Pengaruh Digital Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Online Store Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Generasi Milenial Pengguna Shopee Selama Pandemi Covid-19 di Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 4.
- Rahmatulloh, F. M., Rohmatiah, A., & Warnaningtyas, H. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Digital Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Pada Nasabah PT Bank Negara Indonesia

- (Persero) Tbk. Kc Ponorogo Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 128-138
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Pro Mark*, 10(1).
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596-2620.
- SARI, E. Y., & Rini, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Nawasena Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit).
- Sholikhah, I. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Street Food Alun Alun Selatan Yogyakarta (Doctoral Dissertation, Universitas Alma Ata Yogyakarta).
- Sugiyono, 2018. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*.Bandung
- Syari, F. M. (2022). Pengaruh pengalaman kerja, disiplin kerja dan pelatihan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Damco Warehousing Indonesia (Marunda Warehouse) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Wijaya, A., M.Kom, J., Khudori, A., Grace, E., Silitonga, H., Wardhana, A., Umiyati, H., Abidin, N., & Harto, B. (2022). *The Art of Digital Marketing* (A. Sudirman (ed.)). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery BatuBulan. *EMAS*, 2(3).
- Zulfa, I. (2024). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap minat beli produk UMKM Tiktokshop di Kota Pasuruan (Doctoral dissertation, Universitas Merdeka Pasuruan).