

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arndt, J. (1967). *Role of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Product*. *Journal of Marketing Research*, 4(3), 291-295.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Berger, J. (2014). *Word of Mouth and Interpersonal Communication: A Review and Directions for Future Research*
- Bugin. (2011). *Teknik Sampling dalam Penelitian*.
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). *The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model*. *Decision Support Systems*, 54(1), 461-470.
- Choudhury, S., & Bansal, S. (2021). *The Impact of Social Media Word-of-Mouth on Consumer Purchase Intention: A Study of the Indian E-commerce Sector*. *Journal of Digital Marketing and Communication*, 1(1), 1-15.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Didik, G. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing (B. Nasution ed ; Pertama)*. Tebing Tinggi : PT Inovasi Pratama Internasional
- Fitria, H., & Prabawani, B. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fast Food*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), 145–152.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). *Electronic word-of-mouth: A study of online opinions in the hotel sector. International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 572-580.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. PT Grasindo.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2018). *The Impact of Service Quality, Customer Engagement and Selected Marketing Constructs on Airline Passenger Loyalty. International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(1), 14–31.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kwikkiangie. (2024). *Pengertian dan Jenis-jenis Kuesioner*. Kampus Kwik Kian Gie.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian*. Penerbitdeepublish
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Nur Asia. (2023). *Pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Pembelian bagi Konsumen Alfamart di Lembang Kabupaten Pinrang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

- Pradana,M., Anggriani, I., Rahman, A (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pada Lpk Barokah Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11 (1).
- Qiscus. (2025). Ini Faktor Penting yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.
- Raghavan, S., Singh, J., & Sharma, D. (2020). *The role of online word-of-mouth in consumer purchase decision: A study of Indian consumers. Journal of Indian Business Research*, 12(3), 329-345.
- Rahmani, S. (2021). Pengaruh *Negative Electronic Word of Mouth* terhadap Intensi Pembelian. Kemdiktisaintek.
- Restupura, M. D. P., & Rahanatha, G. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1102–1112.
- Rosen, E. (2000). *The Anatomy of Buzz: How to Create Word-of-Mouth Marketing. Doubleday*.
- Sampoerna University. (2022). Apa Itu Instrumen Penelitian? Jenis dan Contohnya.
- Saputra, A., & Barus, M. (2020). Analisis Pemasaran Interaktif dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal TEAR*, 599, 378.
- Septadiana, A., & Suprihhadi, H. (2024). 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.
- Setiawan, H., & Indrayani, E. (2023). Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Keinginan Konsumen

sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 25(1), 1-10.

Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (12th ed.)*. Pearson.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

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

Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Prenadamedia Group.

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2018). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Swardinata, P. P. E., & Prastiwi, E. H. (2024). Pengaruh *Word of Mouth*, Persepsi Harga, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Bu Ketut. Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 7(3), 71–80.

Utami, C. W. (2019). Inovasi Produk dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen pada Industri Makanan Cepat Saji. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 34–42.

Wijaya, H., & Yulianti, D. (2019). Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop XYZ* di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 2(1), 1-15.

Yulianti, L. (2017). Peran Minat Beli dalam Memediasi Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(1).

Zulkarnain, I., & Wulandari, S. (2023). Pengaruh *Word of Mouth*, *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Sociolla Store Kota Kendari. *Jurnal HOMANIS*, 1(1), 69-80.