

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrew A. Lumintang, 2013, *Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lifebuoy Di Kota Manado*, *Jurnal EMBA*, Vol 1 No 3.
- Annisa Een Enjelina, 2022, Keputusan Pembelian *Online* Melalui Citra Merek Berdasarkan Efektivitas Ikan Dengan *Epic* Model Studi Pada Konsumen Traveloka.Com, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 16 No 2.
- Achmad Fauzi, 2018, Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei *Online* pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan *LINE*). 2018. (Skripsi: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya).
- Alfhika Shania Refiani dan Ati Mustikasari, 2020, Analisis Pengaruh *Sosial Media Marketing* Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020, Vol 6 No 2.
- Anang Firmansyah, 2019, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*, (CV. Penerbit Qiara Media).
- Agung Satria Sanjaya, 2020, Pengaruh Dimensi *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Climatethirty, *PERFORMA Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol 5 No 4.
- Agung Wicaksono Dwi, 2019, Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Produk Batik Mukti Rahayu” Di Kabupaten Magetan. (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Ade Priangani, 2013, Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global, *Jurnal Kebangsaan*, Vol 2 No 4.
- Agus Eko Sujianto, 2009, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pusaka).
- Ahmad Tanzeh, 2009, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras).
- Ari Rachman Haryadi dkk, 2022, Pengaruh *Social Media Marketing*, Citra Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethic, *Jurnal Bismak*, Vol 2 No 2.

- Budi Rahayu Tanama Putri, 2017, *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar: Universitas Udayana).
- Badan Pusat Statistik, 2020, *Statistik Teh Indonesia 2021*, BPS Jakarta.
- Clara Silvina Barus dan Donalson Silalahi, 2021, Pengaruh Promosi Sosial Media dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan, *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, Vol 21 No 1.
- C. Mowen John. Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Erlangga Mahendrayasa dkk, 2014)
- Dini Anindya Julianti dan Ahmad Junaidi, 2020, Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang,, *Junal Prologia*, Vol 4 No 1.
- Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwanti, 2013, Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang, *Among Makarti*, Vol 06 No 12.
- Dominikus Dolet Unaradja, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya).
- Dini Anindya Julianti dan Ahmad Junaidi, 2020, Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang, *Junal Prologia*, Vol 4 No 1.
- Dyah Nirmala Arum, 2012, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*, (Semarang: Semarang University Press).
- Desi Lestari dan Cindy Bernika, 2022, Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Essentiel Coffee Di Bandung, *Jurnal Treasekonomika Akutansi, Bisnis dan Keuangan*, Vol 2, No 5.
- Desi Natalia Harmadi Dan Alimuddin Rizal, 2022, Pengaruh Citra Merek, Positive Word Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dessert Box, Vol 11 No 1, *Jurnal Manajemen*.
- Eka Hendrayanti, dkk, 2021, *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep*, (Bandung: Media Sains Indonesia).
- Erika Yulistiara, 2021, Pengaruh *Brand Scarlett*, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era

*New Normal* (Studi Pada Konsumen Scarlett di Kabupaten Pringsewu), (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).

Emaridial Ulza, 2019, *Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 5 No 1.

Farizal Ansori, dkk, 2022, *Analisis Determinan Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Apartemen Suite Cikarang*, *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, Vol 12 No 1.

Gede Wisnu Saputra dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, 2020, *Pengaruh Digital marketing, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*, *E-Journal Manajemen*, Vol 9 No 7.

Galdolfo, 2009, *From Marketing Mix To E-Marketing Mix*, *International Journal of Business and Management*, Vol 4, No 9.

Gede Wisnu Saputra dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, 2020, *Pengaruh Digital marketing, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*, *E-Journal Manajemen*, Vol 9 No 7.

George Silverman, 2001, *The Secret How of Word of Mouth Marketing : How to Trigger Exponential Sales Trought Runaway Word of Mouth*, (New York : AMACOM).

Husein Umar, 2000, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama).

Hanifah Febryanti Fuad Hasan, 2022, *Pengaruh Word Of Mouth Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan*, *Jurnal Agriscience*, Vol 3 No 1.

Isfina Amalia, 2022, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Pelanggan Hijab Jepara Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi: IAIN KUDUS).

Ike Vanessa dan Zainul Arifin, 2017, *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.*, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 51 No 1.

Indah Siti Mahmudah dan Monika Tiarawati, 2014, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian POND'S Flawless White*, *BISMA Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 6 No 2.

- Imam Ghozali, 2013, *Ekonometrika Dengan SPSS 17.0*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Johan Siprianus Daya, dkk, 2022, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk “The Sandals” dari PT. Razer Brothers, *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, Vol 12 No 1.
- Jayson DeMers, 2017, *Why Instagram is The Top Social Platform for Engagement (And How to Use It)*, Diakses pada tanggal 8 Maret 2023.
- J Paul Peter dan Jerry C Olson, 1999, *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jilid Kedua, Edisi keempat, Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Renny Yossi Pasla, (Jakarta : Erlangga).
- Kotler, Phillip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 12, (Jakarta : PT. Indeks).
- Kotler, P., dan Amstrongs, G., 2018, *Principels of Marketing, 17<sup>th</sup> Edition*, (Pearson Education Limited : United Kingdom).
- Kotler dan Keller, 2014, *Buku Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong* Edisi 12 Jilid I & II, Edisi ke 13, (Jakarta : Erlangga).
- Kevin Wijaya, 2017, Pengaruh *Marketing Mix* dan *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* di Restoran X Surabaya, *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol 5 No 2.
- Kiki Joesyiana, 2018, Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media *Online Shop Shopee* Di Pekanbaru. (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pembelian Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau), *Jurnal Valuta*, Vol. 4 No 1.
- Kurnia Karimah, 2018, Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Religiutas Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Kasus pada BRI Syariah KCP Magelang), (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Salatiga).
- La Moriansyah, 2015, Pemasaran Melalui Media Sosial: *Antecedents and Consequences*’, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol 19, No 3.
- Lailatus Sa’dah, 2021, *Statistik Inferensial*, (Jombang: LPPM).

- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & S. K, 1997, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Jogjakarta: Gajahmada University press).
- Muh Mas' Udin dan Yuliawati, 2020, Pengaruh Dimensi *Social Media Marketing* Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di PO Sayur Organik Merbabu (SOM), *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, Vol 4 No 3.
- Muhammad Arif, 2021, Pengaruh *Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM)* Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian, *SiNTESa*, Vol 1 No 1.
- Martadho Kesuma, dkk, 2021, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* , Vol 3 No 1.
- M. Azwar Saifuddin, *Metode Penelitian Psikologi Edisi 2*, (Yoyakarta: Pustaka Pelajar).
- Maria Yalinta Ena, dkk, 2019, Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafanet, *Jurnal Of Management*, Vol 10 No 3
- M Anang Firmansyah, 2019, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, (CV. Penerbit Qiara Media).
- Meatry Kurniasari dan Agung Budiarmo, 2018, Pengaruh *Social Media Marketing, Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* Pada J.CO Donuts & Coffee Semarang, *Journal Ilmu Administrasi*, Vol 7 No 3.
- Muhammad Taufik, 2021, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Pada Es Teh Indonesia Cabang Lamongan, *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol 3, No 2.
- Nuzmerini Rauf, dkk, 2019, Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Kualitas Merek terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Merek, *Centers Of Economic Student Journal*, Vol 2 No 3.
- Nela Evelina, Handoyo dan Sari Listyorini, 2012, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Prooduk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi, *Diponegoro Journal Of Social And Politic*.

- Nikolaus Duli, 2019, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Sleman: DEEPUBLISH ).
- Noviana Putri dan Devilia Sari, 2023, Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazatto Di Sukabumi 2021, *e-Proceeding of Management* , Vol 10 No 1.
- Nur Amalia, 2019, Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan), *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, Vol 6 No 2.
- Nur Aisa, 2023, Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart DiLembang Kabupaten Pinrang,(Skripsi: Institut Agama Islam Negeri ParePare).
- Pratama dan Reva Aulia, 2022, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pemebelian (Studi Kasus Smartphone Asus ROG di Kecamatan Jatinegara), (Skripsi Thesis: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta)
- Puji Rahayu dan Muhammad Edward, 2014, Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax (studi pada mahasiswa kampus ketintang Universitas Negeri Surabaya), *E-JOURNAL UNESA*, Vol 2 No 1.
- P. N. Kencana, 2020, *The Effect Of Brand Image On Pt Shaza Food Product Purchase Decision*, (Case Study In South Tangerang Area).
- Rendika Putri K. S. dan Ida Aryati Rochmi W., 2019, Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret di Surakarta, *Jurnal Ilmiah Edunomika* , Vol 3 No 1.
- Reva Aulia Putri, 2022, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Smartphone Asuz ROG di Kecamatan Jatinegara), (Skripsi: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Riskun Iqbal, 2022, *Digital Marketing* Perspektif Etika Bisnis Islam, *Jurnal Mubtadiin*, Vol 8 No 2.
- Rendika Putri K. S. dan Ida Aryati Rochmi W., 2019, Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret di Surakarta, *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol 3 No 1.

- Rega Ariza Bayu Putra, dkk, 2022, Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)*, Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD Sri Mulyo Agung), (*ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* , Vol 6 No 1).
- Rokhmat Subagiyo, 2017, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing), hlm 80
- Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, 2016, *Analisis Regresi*, (Jakarta: Kencana).
- Susan Gunelius, 2011, *30 Minute Social Media Marketing*, (United States : McGraw Hill).
- Saeed, Mohammad, dkk , 2001, *International Marketing Ethics an Islamic Perspective: A Value Maximization Approach*, *Journal of Bisnis Ethics*, Vol 32 No 2.
- Salwa Alfa Rohmatin dan Citra Mulya Sari, 2022, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Usaha Kecil Dan Menengah *Food* Tulungagung, *J-CEKI ; Jurnal Cendekia Ilmiah*, Vol 1 No 5.
- Syamsurizal, 2020, Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chiken Kota Bima, *Jurnal BRAND*, Vol 2 No 2.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta).
- Sekaran, U., Bouge, R., 2017, "Metode Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 6 Buku 1", (Jakarta: Salemba Empat), hlm 123
- Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, 2021, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Tanggerang Selatan: Pascal Books).
- Siska Di Rachmawati dan Anik Lestari Andjarwati, 2020, Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan), *Jurnal Ekonomi dan Bisnis dan Akuntansi*, Vol 7 No 1.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Tamar Weinberg, 2009, *The New Community Rules : Marketing on the Social Web*, (O' Reilly : California).

Tracy L.Tuten, 2008, *Advertising 2.0 Social Media Marketing in a Web 2.0 World*, (Connecticut : Praeger).

Tjiptono, Fandy, 2015, *Brand Management & Strategy*, (Yogyakarta : Andi).