

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, G. R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Pemasarakatan Kelas 1 Cirebon (Pas Mart). *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, Vol.08, No.1.*
- Muharram Ritonga. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Strategi*. Medan: Manhaji.
- Amrullah, D. (2005). Apakah Pengaruh Word Of Mouth Lebih Besar Dibanding Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian ? *Jurnal Ilmiah Manajemen, 7.*
- Anggono Raras, K. S. (2017). “Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kendaraan Motor Pada PT Astra Honda Motor”. *Jurnal Indonesia Membangun. Vol.16, No.1*, 141-153.
- Augusti Gesta Nabilla, A. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *Jurnal Kritis, 5.*
- Auliya, S. P. (2021). Event Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Volume Penjualan Kayn Label. *Jurnal Universitas Brawijaya,, 9.*
- Bahriyah, E. N. (2019). “*IMC Tools – Sales Promotions*”. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Basu Swastha, I. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Budi, C. S. (2019). Tinjauan Hierarchy Of Effects Pada Promosi Institusi Pendidikan Melalui Brosur. *Journal Experiential.*
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Claradeby, A. K. (2017). Implementasi Program Keluarga Harapan Di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Jurnal Administrasi Publik, 3.*
- Danim, S. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, Dan Publikasi Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa Dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, Dan Humaniora*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- David. (2004). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi Astuti, S. E. (2020). Strategi Promosi Dan Word Of Mouth Dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. *Jurnal Distribusi, 8.*

- Dian Candra Fatihah, D. R. (2019). Pengaruh Langsung Terhadap Perilaku Konsumen Bisnis Menggunakan Meeting Package Di Grand Tjokro Bandung. *Jurnal Ekonomi Bisnis Vol.3, No.2*.
- Efrina Masdaini, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Pada Konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis, 2*.
- Elisabeth Agita Sari, L. S. (2019). “Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru”. *Jurnal Ilmu Komunikasi,, 17*.
- Ernawati, D. A. (2020). Strategi Promosi Word Of Mouth Dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. *Jurnal Distribusi, 8*.
- Fadillah, A. (2021). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pizza Hut Delivery. *Jurnal Manajemen, 13*.
- Fadjarina, J. R. (2020). Pengaruh Periklanan Dan Kepercayaan Online Terhadap Proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2*.
- Fausi, A. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan Industrial LTD. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Negeri Al-Washliyah*.
- Fauzi Dwi Putra. “”, V. 9. (2017). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Bandung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 9*.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Ghalias Indonesia.
- Herdiansah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Heri Setiawan, J. B. (2017). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi,, 3*.
- Heriyadi. (2018). Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points Of Difference Dan Points Of Parity). *Jurnal Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship,, 3*.
- Hitt Michael, D. (1997). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Indra Sasangka, R. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Minimarket Mini Mart 90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi, 2*.

- Inny Fitriana Sitorus, N. U. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka.
- Joesyianan, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*” Vol.4, No.1.
- Joko Suryono, P. I. (2013). “Model Media Iklan Potensial Yang Tepat Sasaran Produk Unggulan UKM”. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 6.
- Karim, D. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal EMBA*.
- Khotimah, S. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Laptop Pada CV Gunung Madu Pangkalan Bun*. Kalimantan: Universitas Antakusuma, .
- Kirana, M. (2022). Strategi Pemasaran Dengan Pemanfaatan Fenomena Viral Dan Komunikasi Electronic Word Of Mouth Melalui Sosial Media Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 6.
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6, 1-14.
- Kurniawan Candra Guzman, N. O. (2018). Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga. *Economic Education Analysis Journal*, 7.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, (2019) Al-Qur’an Dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan (Jakarta : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI)
- Lancia, F. (2019). Optimalisasi Kualitas Pelayanan Pada Online Store (Toko Online) Melalui Komunikasi Pemasaran Interaktif Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Kualitas Pelayanan Www.Gramedia.Com). *Jurnal Akrab Juara*, 4.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. “*Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol.13, No.2.
- Mahendra, R. (2019). *Strategi Promotion Mix Pada PT.Mizuho Balimor Finance*. Bandung: STIE STEMBI Bandung Business School.
- Marcelina Livia Hedynata, W. E. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*.
- Marissa Grace Haque Fawzi. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, Dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Books.

- Martowinangun, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co-Management*, 1.
- Mochammad Zulfikar Ervandi, R. N. (2021). Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Startup Bisnis*, 6.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukromin, W. L. (2021). Media Sebagai Lembaga Sosial Dan Komersial. *Jurnal Al-Nashihah*, 3.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi Dan Komunikasi*. Bogor: Universitas Terbuka.
- Neneng Yanti Andriani, A. S. (2020). Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UKM Catering A3 Di KP Palasari Kabupaten Sukabumi". *Jurnal Penelitian STIE Sukabumi* , 1-13.
- Novan Yurindera. (2012). Analisis Targeting Dan Positioning Pasar Jasa Pendidikan Untuk Institute Bisnis Nusantara. *Jurnal Esensi*, 5.
- Novi Andayani Praptiningsih, “. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Belajar Studi Ke Jerman Melalui Euro Management. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 3.
- Nugrahapratama, R. W. (2021). Mampukah Kepuasan Konsumen Memediasi Pengaruh Personal Selling, Direct Selling Dan Nilai-Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah. *Journal Of Management And Digital Business*, 1.
- Nur Zaytun. (2021). Pendekatan Integralistik Sebagai Media Alternatif Inovasi Pendidikan Islam Di Era Milenial, *Jurnal Pendidikan*,
- Nurdin Abd Rohman,(2021) Peran Guru Dalam Memotivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di MA At-Taqwa Beru Maumere, *Jurnal OIKOS*
- Opan Arifudin, D. (2020). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*". Banyumas: Pena Persada.
- Parella, E. (2019). Pengaruh Pengawasan Dan Penghargaan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 3.
- Pasharibu, Y. (2020). Niat Untuk Membeli, Pemasaran Interaktif, Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23.

- Poluan, R. (2023). Strategi Penawaran Pada Proyek Konstruksi Bangunan Di Kota Tomohon Dengan Menggunakan Pemodelan Friedman. *Jurnal Universitas Sam Ratulangi*, 21.
- Prasetyo, B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjaguna Tama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Kalimantan Selatan : Antasari Press.
- Ridwan Purnama, A. R. (2016). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran The Centrum Bandung. *Tourism And Hospitality Essentials (THE) Journals*, 6.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Agung Ilmu.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh Citra, Merek, Word Of Mouth, Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eiger Cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7.
- Sasangka, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Minimarket Mini Mart 90 Bandung. *Jurnal Ilmiah Online STIE Muhammadiyah Bandung*, 2.
- Sugiyono. (1006). *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminto, M. F. (2023). Analisis Ketersesuaian Kurikulum Ekonomi Syariah Dengan Kompetensi Kerja Alumni Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Prodi Ekonomi Syariah Di Uin Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 7.
- Tandy, D. Y. (2018). *Pemasaran Interaktif*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Tanjung, R. (2020). *Manajemen Strategi Teori Dan Implementasi*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____ (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Trivena Octaviana Pondang, A. S. (2016). Evaluasi Strategi Promosi Dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT.Astragraphia, Tbk Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 4.
- Wahyuni, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: FEB-UP Press.
- Wanto, A. H. (2017). Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. , *Journal Of Public Sector Innovation*, 2.
- Watie, E. D. (2012). Periklanan Dalam Media Baru. *Jurnal The Messenger*, 6.
- Yam, J. H. (2020). *Manajemen Strategi: Konsep & Implementasi*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Yosy Arisandy, R. S. (2018). Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *Jurnal Al-Intaj*, 4.
- Yudi Carsana, D. K. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di PT.Arista Sukses Abadi Tanjungpinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 3.
- Yudianto, K. (2018). Word Of Mouth Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah. *Jurnal Forum Ekonomi*, 1.
- Yuli, R. P. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. *Jurnal Jom Fisip*, 4.
- Yulia Sari, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 1.
- Zuchri Abdussalam (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar: Syakir Media Press