

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan.2010.*Marketing dari Mulut Ke Mulut*. Jakarta: Medpress.
- Alimul, Aziz hidayat. 2021. Menyusun Instrumen Penelitian & Uji validitas Realibilitas. Surabaya : Health Book Publishing.
- Arif, M., & Siregar, I. K. 2021. *Purchase Decision Affects, Price, Product Quality and Word Of Mouth*. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences*, 2(1)
- Arisman, 2021.*Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Barbekoe)*.Medan :Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara .
- Dimas & Nalurita .2023. *Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma*.Jakarta, Jurnal Ilmiah M-Progress, 13(1).
- Dimiyanti,Djohar.2013. *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini*, Jakarta L Kencana.
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Fauzi,Mileva.2018.*Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan Consequences*, Jurnal Penelitian dan Opini Publik, 19(3).
- Ghozali. 2018.*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius,S.2011. *30-Minute Social Media Marketing*.United States: McGraw Hill Companies.
- Harasi,Meirani. 2006. *Word Of Mouth (WOM) Dalam Industri Jasa: Kaitanya*
Kotler, P., & Keller, L. K.2012.*Manajemen Pemasaran* ,Jakarta: Erlangga
- Kementerian Agama Republik Indonesia,2010. Al-Qur'an, Terjemah dan Tafsir untuk Wanita. Bandung: JABAL
- Kotler, Philip & Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Bob Sabran, Edisi ke 13, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Liana,Yuyuk.2021.*Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*,Bulletin Of Management & Bussines (BMB), 2 (2).

- Maturudi. 2014. *Metode Penelitian Teknik Informatika*, Yogyakarta : Deepublish
- Megawati F,S,2022. *Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Sariayu Pada Pt. Martina Berto Medan*, Universitas Medan
- Narottama,R.,&Erinda,P.M.(2022).*Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Dikota Denpasar*,JUMPA,8 (2).
- Rahayu,Vernanda Oktania.2022.*Pengaruh Citra Merek, Social Media Marketing, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Teh Indonesia Cabang Tulungagung*,Jurnal Kontemporer Akuntansi, 2 (2).
- Rosady, Ruslan. 2010. *Metode penelitian: public relations & komunikasi*, edisi 1. Jakarta: Rajawali pers.
- Schiffman,Kanuk.2011.*Perilaku Konsumen* .Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Septyansyah,Ferryal Abadi.2022.*Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Kekinian Di Bekasi*, Jurnal Pendidikan dan Konseling, 4 (6).
- Sihombing,Fitri Megawati.2022. *Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Sariayu Pada PT. Martina Berto Medan*. Medan : Universitas Medan.
- Stanley Lemeshow,S. David W. Hosmer J, Janeile Klar dan Stephen K. Lwanga, 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Gajah MADA University Press : Yogyakarta.
- Subagyo,Rohmat.2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Konsep dan Penerapan*, Jakarta : Alim's Publishing.
- Sugiyono. 2016.*Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Supradono, B., & Hanum, A. N. 2011. *Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce*. Value Added, 7(2).
- Surjaweni ,Wiratna. 2015. *Metode Penelitian-Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta :Pustakabarupress
- Triasih,Retno.2018.*Pengaruh Promosi Melalui Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Nasabah (Studi Pda Nasabah Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Chandra*. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Yani,Fitri.2021.*Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Word Of Mouth Marketing Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Mutimuv Store Samarind*, JurnalAdministrasi Bisnis, 9 (2).