

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., Nujiyatillah, S., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., & Raya, J. 2022. Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–309.
- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* di Tiktok *Shop* pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 209–220.
- Anwar, I., & Satrio, B. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–15.
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. 2008. The Impact of Electronic Word-of-Mouth: The Adoption of Online Opinions in Online Customer Communities. *Internet Research*, 18(3), 229–247.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Fahimah, Dh, A. F., & Hidayat, K. 2015. Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung di Madam Wang Secret Garden Cafe Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(2), 1–10.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (7th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. 2010. E-WOM Scale: Word-of-mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. 2020. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa Di Tulungagung). *Ecobuss: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 99–102.
- Hutabarat, F. S., Simangunsong, R., & Siahaan, T. M. 2023. Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok Shop di Kelurahan Sukamaju Pematang Siantar. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 1637–1650.
- Ismagilova, E. dkk. 2017. *Electronic word of mouth (eWOM) in the Marketing Context (a State of the Art Analysis and Future Directions)*. UK: Springer.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. 2015. Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 21(1)*, 1–8.
- Keegan, Warren. J., & Green, Mark. C. 2017. *Global Marketing* (9th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kerlinger, F. N. 1973. *Foundations of Behavioral Research*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Khadim, R. A., Hanan, M. A., Arshad, A., Saleem, N., & Khadim, N. A. 2018. Revisiting Antecedents Of Brand Loyalty: Impact Of Perceived Social Media Communication With Brand Trust And Brand Equity As Mediators. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(1), 1939–6104.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing* (16th ed.). Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). England: Pearson Educatio Limited.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. 2022. Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Unsrat). *Jurnal EMBA*, 10(3), 975–984.
- Murad, K., & Puspitasari, A. 2023, January 12. *The Influence of Price, Product Quality, and Product Design on Repeat Purchase Decision of Emina Brand Cosmetic Products in Batam City*.
- Nazir, M. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. 2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, D. P. E., Rismawati, D. A., Lestari, M. S., Pravitasari, N., Saputri, P., Wahyudi, R., & Rahmawati, Y. 2023. Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tiktok Shop. *Journal of Multidiciplinary Studies (Academica)*, 7(1), 67–92.
- Riduwan. 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (16 C.E.). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 2, 92–121.
- Rukmayanti, & Fitriana. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217.
- Sanusi, A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, uma. 2003. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (4th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons. www.wileypluslearningspace.com

- Sigalingging, E. D. 2018. Analisis Harga Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Alfamart Kapten Muslim Medan. *Jupeko: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 10–17.
- Sugiarti, T., & Wati, L. 2023. Pengaruh Content Marketing, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Lifestyle Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Padang. *Jurnal Bisnis Digital*, 7(2).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi* (1st ed.). Bandung: PT Refika. Aditama Anggota Ikapi.
- Sutrisno, H. 2004. *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Umar, H. 2010. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Utomo, Y. T., & Salsabila, A. 2021. Pengaruh Promosi, Produk, dan Event Terhadap Keputusan Islamic Book Fai Syaka Organizer. *VALUTA*, 7(1), 27–36.
- Ventre, I., & Kolbe, D. 2020. The Impact of Perceived Usefulness of Online Reviews, Trust and Perceived Risk on Online Purchase Intention in Emerging Markets: A Mexican Perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(4), 287–299.
- Veronica, N., Weny, W., & Yuliana, Y. 2024. Analisis Pengaruh Promosi Mulut Kemulut (E-WOM) Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dari Aplikasi Tiktok Shop. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 81–89.
- Widiyawati, windy, & Siswahyudianto. 2022. Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Angkatan 2018 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 356–366.

