

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Ed13. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arwiedya, M. R., & SUGIARTO, S. (2011). Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via *Internet* Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai *Reseller* yang ada di Indonesia), *Doctoral dissertation*, Universitas Diponegoro.
- Buchari Alma, (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Djatikusuma, E. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minuman Berisotonik Pocari Sweat. *Jurnal STIE MDP*.
- Fauzi, E. S. (2018). Promosi Online, Persepsi Harga serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Wanita Berbelanja Fashion Syar'i Online di Instagram Laila Ghani Malang, *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Finan, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Studi Pada Konsumen Mie Setan Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1).
- Kelanohon, I. (2011). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Penginapan Lisar Bahari. Yogyakarta: SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Ed.13. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. Ed.14. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler., Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid II, ed.12. Jakarta: Indeks Media
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed. 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Lotulung, S. C., Lopian, J., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga, dan wom (word of mouth) terhadap keputusan pembelian handphone evercross pada cv. tristar jaya globalindo manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).

- Martono, M., dan S. R Iriani. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 2, pp. 687- 699.
- Maulana, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar AXIS (Studi pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara).
- Nugroho, A. S. (2016). *E-Commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: EKUILIBRIA.
- Nurgayatri, A. R., & Suyanto, A. (2016). Pengaruh promosi online pada media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen brand ElMeira. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Nuraeni, N. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Emas Ari Jaya). *Sketsa Bisnis*, 1(2).
- Paul Peter, J. dan Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Diterjemakan oleh: Diah Tantri Dwi Andani), ed 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Pramudita, A. S., & Agustia, R. E. (2020). E-Service Quality dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Website Traveloka.com. *Competitive*, 15(2), 106-114.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 48(1), 124-131.
- Prastowo, G. A. (2018). Pengaruh implementasi promosi online terhadap keputusan pembelian pada PT. Mitra Pariwisata Gamed Malang. *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ramadhan, J. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Distro House of Smith. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 534-544.
- RAP, M. M. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(2).
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Kangzen Kenko Indonesia di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3).
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kota Jember. *UNEJ e-Proceeding*.
- Sernovitz, A. (2006). *Word of mouth marketing: how smart companies get people talking*. Chicago: Kaplan Publishing.

- Swasta, B. (2002). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. ed.1. Yogyakarta: BPF.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, dan Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. CV. Andi. Yogyakarta
- Winarta, S. S. (2019). *Pengaruh Internet Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Sinabung Hills Berastagi)*. *Doctoral dissertation*, Universitas Quali.
- <https://regional.kompas.com/read/2014/12/03/09503041/.Baju.Bekas.Bos.Makin.Naik.Kelas>