

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- American Dental Association. 2020. Learn More About Floss and Interdental Cleaners [Online]. Terdapat di: <http://www.ada.org/en/science-research/ada-seal-of-acceptance/product-category-information/floss-and-other-interdental-cleaners> (17 Juli 2022)
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ansori, Muslich dan Sri Iswati. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2 Surabaya. Airlangga University Press.
- Arief Muhammad Addien. (2019). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian di Pos Kupu Johor Kota Medan.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition",
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England : Pearson Education, Inc bbs.binus.ac.id (2017), "Peran E-WOM dalam Media Sosial di Indonesia".

Departemen Kesehatan RI. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan. Jakarta: Kementrian Kesehatan RI: 2009.

Faris Nurrohman. (2018). Pengaruh electronic word of mouth, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada smartphone merek blackberry di Yogyakarta).

Geronimo Agata. (2020). Pengaruh harga, electronic word of mouth, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara daring pada situs shopee.

Goyette, et.al. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for eServices Context. Journal of Administrative Sciences.*

Heizer, Jay and Render Barry, (2015), Manajemen Operasi : Manajemen

Hussain, S., Ahmed, W., Jafar. R. M. Sohil., dan Rabnawaz, A. (2017). eWOM source credibility, perceived risk and food product customer's information adoption. *Computers in Human Behavior.* 66: 96-102.

Kemp, S. (2021). Digital 2020: Indonesia – Data Reportal – Global Digital Insight.

Kotler dan Keller. (2013) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). Manajemen Pemasaran, Edisi Dua Belas, Jilid 2. Alih Bahasa: Bob Sabran, PT. Indeks, Jakarta.

Laili Hidayati, N. U. R. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer

Manullang, Marihot dan Manuntun Pakpahan, (2014). Metodologi Penelitian Proses Penelitian Praktis. Bandung: Cita Pustaka Media.

Maudina Aisyah Putri. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, Store Atmosphere, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Restoran Warunk Upnormal Cinere).

Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga.

Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi. Pemasaran. Jakarta: Erlangga

Pradika Muthiya Shafa dan Jusuf Hariyanto. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja *Online* Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Bekasi).

Prasad, S., Gupta, I. C., & Totala, N. K. (2017). Social media usage, electronic word of mouth and purchase decision involvement. Asia Pacific Journal of Business

Priansa. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. Edisi 3. Jakarta. Saelemba Empat.

- Priyastama, Romie. (2017). Buku Sakti Kuasi SPSS Pengolah Data & Analisis Data. Bantu: Star Up.
- Ratih Hurriyati. 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung. Alfabeta.
- Santoso, Singgih. (2012). Analisis SPSS pada Statistik Parametrik. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi. Kotler dan Keller, 2019:184)
- Sugiyono. (2014). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran, In Media, Yogyakarta.
- Sutisna, Sunyoto. (2013). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.

Syafaruddin Z, S. S. (2016). Pengaruh Komunikasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Online Shopping Zafertech.com). Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang.

Tjiptono Fandy, Ph.D. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. (2012). Pemasaran Strategik. Andi Offset. Yogyakarta.

Ummu Tyas Utami. (2018). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Nasi Oplos Pak Aah.

Vania Mariska Putri. (2021). Pengaruh Firm Generated Content, Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorsement, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Mmilih Klinik Gigi.

Warigan, Wijaya. (2014). Metodologi Penelitian Pendidikan: : Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: *Deepublish*.