

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Penerbit: Airlangga University Press.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing. 17th red. New York*.
- Asrori. (2020). *Psikologi Pendidikan Pendekatan Multidisipliner*. Jawa Tengah: CV Pena Persada.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Butarbutar, Marisi dkk. 2020. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Darma, Budi (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.
- Hendrayani, Eka, dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit: PT Grasindo.
- Kurniullah, Ardhariksa Zukhruf, dkk. (2021). *Metode Penelitian Sosial*. Penerbit: Yayasan Kita Menulis.
- Musfar, Tengku Firli. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Nugraha, Billy. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Penerbit CV. Radiana Pustaka Group
- Prasetio, Adhi. dkk. (2021). *Membangun Situs E-Commerce*. Penerbit: Yayasan Kita Menulis.
- Rizal, Achmad. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Said, Miah. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Santoso, Singgih. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sholikah, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Insania.
- Sholikah, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Insania.
- Sudarsono, Heri. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Tegal: CV. Pustaka Abadi. .
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suprpto, Rifqi dan Azizi, Zaky Wahyuddin. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Kab Ponorogo: *Myria Publisher*.
- Umar dan Husein. 2016. Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Unardjan, Dominikus Dolet. (2019). Metode Kuantitatif. Jakarta: Unika Atma Jaya Jakarta.
- Yamit, Zulian. 2017. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: PT. Ekonisia.

JURNAL

- Baltezarevic, I., & Baltezarevic, R. (2020). *Viral Marketing - eWom Communication*. Saarbrücken: Germany: Lap Lambert Academic Publishing member of Omniscryptum Publishing Group.
- Dyego and Oktaviani, (2020) *The Impact of Electronic Word of Mouth on the Purchase Intention*. *Advances in social, Education and Humanities Reseach*, Volume 478.
- Erlinda, C., 2019. Hubungan beberapa faktor dalam partisipasi pria pada vasektomi di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 2018., 7, pp.113–122.
- Ilham, Wahono dan Bastomi (2023). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, dan *Trend Fashion* Terhadap Minat Beli Produk Sepatu *Converse* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang, e-Jurnal Riset Manajemen, VOL. 12. No. 02.
- Inadiyah dan Khadijah (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kepercayaan Konsumen pada sabun mandi *lifeboy* terhadap minat beli ulang konsumen (Studi Kasus pada Masyarakat Di Gang Mbah Santri Suci Gresik). Vol. 1. No, 1. Bulan Oktober Tahun 2022, Hal 50-55.
- Jacob, A. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Chitato Chips* Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*, 6(2), 10.
- Juharni, M.S., (2017). Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) (Vol. 1). SAH MEDIA
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis dan sosial*, 1(2), 75–82.
- Maslakhah, Ida, dan Sutopo. 2017. Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA). *Diponegoro Journal of Management*. No. 4. Vol. 6.
- Mudarifah, (2020). Analisis Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik *Mybelline* dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi *Online Shop LAZADA.Co.id*). *Volume 1*, Nomor 1, Maret 2020, Hal, 23-31.

- Muhlis, M., Soepeno, & Rachmatulaily. (2018). Pelatihan dan Pemasalahan Terhadap Pengembangan Karir Karyawan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 45–56.
- Muninggar, Rahmadini dan Sanjaya, (2022) Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Bandar Lampung. Vol. 3, No, 1, Februari 2022.
- Salfara dan Puspitasari, (2023). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Produk Haylabs Hijab. *Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:9 Nomor:1, Juni 2023*
- Salim, Nurhajati dan Khalikussabir (2023). Pengaruh Promosi, Daya Tarik Iklan dan *Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen *Online* shop Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2018). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*.
- Savitri, Suliyanto, dan Setyanto, (2021). *The Influence of the Attractiveness of social media influence on purchase intention with brand trust as a mediating variable (on beauty product). International Sustainable Competitiveness Advantage*.
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi, F. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone. *Cakrawala*, 3(1), 1–10.
- Syaiful, Zulkarnain dan Kornita (2022). *Marketing Mix Analysis of Yakult's Purchase Decisions and Consumer Loyalty in Pekanbaru. Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*
- Takdir, S., Siska, D., & Rivandi, R. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* melalui Platform *Whatsapp* pada Minat Beli Masyarakat. *Economics and Digital Business Review*, 3(1), 42–51. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v3i1.115>
- Utama, L. H. (2020). peran daya tarik iklan, kualitas produk, dan harga dalam memengaruhi keputusan pembelian pembersih wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(1).
- Widayatmoko, V. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan "Udah Waktunya Pake GO-JEK - *Vertibokek*." *Journal Untar*, 292.
- Yunikartika dan Harti, (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan sebagai *Variable Intervening* pada akun Instagram @carubanmangan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, Vol. 6No.1 (2022) pp. 212-230.

SKRIPSI

- Adit Prasetya Putra. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada Wuling Motors Magelang. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Bisnis. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Amelia, Rini. (2020). Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* dan Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang

- Konsumen. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada
- Ana Firmala. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Mie Indomie di Lumajang. Skripsi. STIE Widya Gama Lumajang.
- Anisa Aodinatasya. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Label Halal, dan Harga terhadap Minat Beli Mie Instan Merek Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa STEI Jakarta). Jurusan Strata 1 Manajemen. Skripsi Sekolah Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Annisa Berlian Setyafany. (2023) Pengaruh Daya Tarik Iklan, *Electronic Word of mouth* dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Prodk Garnier (Studi Kasus Calon Pengguna Garnier Gender Perempuan di Solo Raya) . Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Auliah Abdullah. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan desain kemasan terhadap Minat beli Ulang Wardah *Cosmetic* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Remaja Putri Pengguna Wardah *Cosmetic* Kota Makassar) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.
- Fathur Darmawa (2021). Pengaruh *Green Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Citra Merek (Studi Pada Konsumen Geprek Benu di Kota Semarang). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Islam Sultan Agung
- Feri Fernandes Ginting. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Price Discount* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Reddoorz Near Mikie Holiday*. Jurusan Manajemen. Fakultas Shosum. Skripsi Universitas Quality Barastagi.
- Fitri Megawati Sihimbing. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Produk Sarayu Pada PT. Martina Berto Medan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Medan.
- Irmawartini dan Nurhaedah. (2017). Metodologi Penelitian: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan: Badan Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kalimah, Siti dan Fadilah, Nur (2017). *Marketing Syariah* Hubungan Antara Agama dan Ekonomi. Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng.
- Kuswendi Ramdhan. (2020). Pengaruh Bauran Promosi dan *Physical Evidence* terhadap Kepuasan Penumpang pada *Bus Executive* Primajasa rute Bandung-Jakarta (Survei pada Penumpang Bus Executive Primajasa Rute Bandung-Jakarta). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Pasundan.
- Minati. (2017). Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, dan *Personal Selling* terhadap peningkatan Penjualan pada PT. Hadji Kalla Cabang Alaudin Makassar. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Muh Hadi Andika. (2022). Pengaruh *Content Marketing* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (Studi Kasus Generasi Z di Kabupaten Maros). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Tati Widiastuti. (2021). Pengaruh Iklan dan *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* terhadap Minat Beli pada *E-commerce* Shopee. Jurusan Manajemen. Konsestrasi Pemasaran. Skripsi. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

WEBSITE

<https://databoks.katadata.co.id/>(diakses pada bulan Februari Tahun 2023).

<https://databoks.katadata.co.id/>(diakses pada bulan Juli Tahun 2023).

<https://databoks.katadata.co.id/>(diakses pada bulan Juli Tahun 2023).

<https://moladin.com/>(diakses pada bulan Juli Tahun 2023).

<https://otomotif.antaranews.com/>(diakses pada bulan Juli Tahun 2023).

[Tiktok.co.id/](https://tiktok.co.id/)(diakses pada bulan Juli Tahun 2023).

[Tiktok.co.id/](https://tiktok.co.id/)(diakses pada bulan Juli Tahun 2023).

