

DAFTAR RUJUKAN

- Apriliya, L. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mie Akhirat di Surabaya)*. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 8(2), 237-252.
- As' ad, H. & Alhadid, A. (2014). *The impact of Social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan*. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 315.
- Anggriawan, B. S. (2021). *Pengaruh Word of Mouth, Sosial Media dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Cak Kebo Jember*.
- Azany, F., & Mdiantono, M. (2014). *Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bellagio Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis). *Java Supermall*
- Babin, Barry, 2015. *Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage In Korea*, *The Journal Of Service Marketing*. Vol 19 No.3 hal 133 – 139.
- Dudung. (2012). *Merancang Produk*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Erlangga, et al. (2021). *Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products*. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3672-3678.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. (2011). *30 Minute Social media marketing*. United States: McGraw Hill.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Hughes, Mark. (2015). *Buzz Marketing*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Jauhari, L. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, dan Religiusitas terhadap Keputusan Peembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Maternal Disaster*.

- Joesyiana, K. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. *Valuta*, 4(1), 71-85.
- Julianti, dkk. (2020) *Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang*. *Prologia EISSN 2598-0777 Vol. 4, No. 1, Maret 2020, Hal 75–81*
- Karimah, C. Z. (2019). *Pengaruh desain produk, promosi, garansi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Kemenprin. (2019, Desember 30). *Kemenprin Pacu Pertumbuhan IKM untuk Menjadi Tulang Punggung Perekonomian Nasional*. <https://kemenperin.go.id/artikel/21335/Kemenperin-Pacu-Pertumbuhan-IKM-untuk-Menjadi-Tulang-Punggung-Perekonomian-Nasional>. Diakses pada 20 September 2021.
- Khoirul, dkk. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Persebaya Store di Surabaya*. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014), *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Mileva, L., & Fauzi DH, A. (2018). *Pengaruh Social media marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(1), 181-189.

- Nuraini, N., & Hadi, M. (2019). *Pengaruh Social media marketing dan Word of Mout terhadap Keputusan Pembelian Pada Panties Pizza Malang*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 178-181
- Oktavenia, & Ardani. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374.
- Rinawati, dkk. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap keputusan Pembelian Freshcare di Kota Denpasar*. *EMAS*, 2(1), 98-106
- Robertz, M. L., & Zahay, D. (2015). *Internet marketing: Integrating online and offline strategies*. Cengage Learning.
- Saputra, dkk. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Pelayanan Dan Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Pada Yanyan Silver Di Gianyar*. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1(2), 664-676
- Siregar, M. F. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Café Shelter 1 Coffee Jalan Jamin Ginting Medan)*.
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan. (2020). *Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua. Bogor: Ghaila Indonesia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta: Andi.
- Putri, et al. (2020). *The Effect Between Product Design and Iconic Product in Attractiveness on Cultural Identity with Buying Decision (Study on Batik Consumer Malang)*. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(4), 3223-3240.
- Putri, C. K. (2019). *Pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lengan Pendek di Distro Destroyer Bandung*. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 389-396.
- Wahyuni, N. (2020). *Pengaruh brand ambassador dan tagline terhadap keputusan pembelian Nature Republic: Studi pada remaja pengguna*

kosmetik Nature Republic di Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Zanjabila, R., & Hidayat, R. (2017). *Analisis Pengaruh Social media marketing terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park*. *eProceedings of Applied Science*, 3(2)

