

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, K. (2021). Determinan Keputusan Pembelian Wallpaper Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Promosi Media Online dan Word Of Mouth Pada K.A Wallpaper Kediri. *SENMEA*, Vol.6, 1660–1667.
- Agus, H. (2013). *Promosi Dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. PT Buku Seru.
- Akira, A., & Jae, K. (2016). Determinants Of Word-Of-Mouth Influence in Sport Viewership. *Human Kinetics*, 192–206.
- Angelyn, & Sukardi, D. (2021). The Effect Of Social Media Marketing On Purchase Decion With Brand Awareness As Mediation On Harro Table. *RMBE*, Vol. 1, No.
- Ariyuni, D., & Suhardi, Y. (2020). The Influence Of Price Perception, Quality Of Service And Word Of Mouth On Purchase Decions. *STEI*, Vol.22, No.
- Babin, B. (2015). Modelling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea. *The Journal Of Service Marketing*, Vol.19 No., 133–139.
- Dewi, & Rachmawati, D. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Tingkat Pendapatan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Bandeng Juana Universitas Elrina Semarang)*.
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka & Bistro. *E-Proceeding Of Management*, Vol.4, No., 175–179.
- Djatikusuma. (2014). Analisis Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Carrefour Palembang Square Mall. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, Vol.4.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Center For Academic Publishing Service.
- Herawati, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. 47–65.
- Hossain, M. M., Kabir, S., & Razwanul, I. (2017). No Influence Of Word Of Mouth On Consumer Buying Decision: Evidence From Banglades Market. *IISTE*, Vol.9, No.

- Ikhromah, D., Hidayat, N., & Mustapita, A. F. (2022). Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Susu Ultramilk. *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 112–121.
- Jarliyah, H., & Nadiya, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Economi, Business, Management and Accounting*.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta, Vol.4, No.*, 71–85.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Khansa, A. (2016). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Tingkat Brand Awareness Roaster And Bear Cofee Loubge And Kitchen. *Universitas Gadjah Mada*.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *EMBA, Ke-1*, 1251–1259.
- Kotler, P. (2012). *Marketing* (Keduabelas). Prenallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (Edition-14). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke-1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Magdalena, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Ekonomi Dan Ekonomi Syariah, Vol.2*, 313–324.
- Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 83–88.
- Ningsi, W. P. W., & Sri, E. (2021). No Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 50–57.

- Novita, E. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembelian Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. *Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora, Vol.16, No, 81–102.*
- Nurgiantoro, S. (2014). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing (Studi Pada Konsumen Produk Garskin Pada Merek Sayhello Di Kota Yogyakarta). *Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi, 145–160.*
- Pikri, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangkaraya. *IAIN Palangkaraya.*
- Pradhana. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Elektronik Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis FISIP UNILA. *Journal Of Chemical Information And Modeling, Hal. 1689-1699.*
- Priansa, J. D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu.* CV. Pustaka Setia.
- Rasyid, R. A., Moniharapon, S., & Trang, I. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi.*
- Saputra, G. W., & Agung, I. G. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen, Vol.9, No., 2596–2620.*
- Schiffman, & Kanuk, L. (2018). *Perilaku Konsumen.* Indeks.
- Sernovitz, A. (2012). *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking.* Kaplan Inc.
- Shinta, A. (2012). *Manajemen Pemasaran.* UB Press.
- Simamora, B. (2012). *Panduan Riset Perilaku Konsumen.* Gramedia.
- Situmorang, & Lutfi. (2014). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis.* USU Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* PT.Alfabet.
- Tatik, S. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet.* Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran.* Andi.
- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). Electronic Word Of Mouth, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*,
115–124.



THE
Character Building
UNIVERSITY