

DAFTAR PUSTAKA

- Asse, R. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar. *Jurnal Komunikasi Kareba*.
- Ariadi, S., & Saino, S. (2014). Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Loyalitas Merek Indosat IM3. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1380–1392.
- Basuki Cahyono dkk., (2017). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing Dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *jurnal.unpand.ac.id*.
- Cokorda Gede Govinda Partha dkk., (2016). Peran Promosi Dalam Memediasi Lingkungan Pemasaran Online Terhadap Perilaku Pembelian Online (Studi di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3053-3079.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Imelda, W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pt. fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta
- Deru R. Indika, C. J. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi*
- Fitriani, A. K. (2021). Strategi Pemasaran Kedai Kopi "Cofee Et Bien" Kota Metro - Lampung. *Jurnal Manajemen Derivatif*, 15 (1), 22.
- Gita Sagita, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- I Ketut Ales Mahardika, I. W. (2021). Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Online Terhadap Niat Beli "Mandaty Fashion". *E-Jurnal Manajemen*, 652-671.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi 13)*. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Meidatuzzahra, D. (2019). Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi

(Studi Kasus: Puskesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat).
<http://e-journal.unizar.ac.id>.

- Mohamad Hamam K., A. F. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Internet Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Laznas Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam UNESA*, 3(1), 71-78.
- Muhtar Hakim, S. R. (2022). Pengaruh Direct Marketing dan Digital Marketing, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(3), 689-696.
- Nurmayanti, P. (2016). Pengaruh Daya Tarik Iklan Motivasi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Pajero Sport Pada PT. Sumatera Berlian Motor Rantauprapat. *Jurnal ECOBISMA*.
- Qurniawati, R. S. (2018). Theoretical Review: Pemasaran Media Sosial. *Among Makarti*, 11(21), 17–27.
- Ranius, A. Y. (2014). Hubungan Pemasaran Secara Online Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian. *Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT)*, 1-6.
- Rizki Riyani, S. M. (2017). Uji Validitas Pengembangan Tes Untuk Mengukur Kemampuan Pemahaman Relasional Pada Materi Persamaan Kuadrat Siswa Kelas VIII SMP. *Jurnal Penelitian Pembelajaran Matematika Sekolah (JP2MS)*.
- Rosandy, K. H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Word Of Mouht Terhadap Purchase Decision Dengan Group Reference Sebagai Variabel Mediasi. *Hospitality* 475, 1-2.
- Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 50–54.
- Setiadi, Nugroho. 2018. Perilaku Konsumen. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Strauss, J. E.-A. (2013). *"E-Marketing International"* (3rd Edition ed.). New Jersey: Upper Sadle River.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sumardy. 2011. The Power of Word of Mouth Marketing. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sumardy, Silviana, M., & Melone, M. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua, Cetakan Keempat. Yogyakarta: Andi.

Usmadi. (2020). *Pengujian Prasyarat Analisis (Uji Homogenitas dan Uji Normalitas)*. *Inovasi Pendidikan*.