

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2017). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Achmad, E. K. dan R. (2017). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Arfah Yenni. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang : PT. InovasiPratama Internasional.
- Dewa, C. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Wisatawan di Yogyakarta)*, *Perspektif*, Vol. XVI.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia. Bandung.
- Ernawati, F., & Syafarudin, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan*. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146.
<https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>.
- Esa, U. (2021). *Pengaruh harga, word of mouth, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman kopi Kenangan pada*. 9(2), 1–17.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Felia Aldini, R. V. dan S. (2024). *Pengaruh Self Efficacy, Reputasi, Dukungan Orang Tua, Teman Sebaya Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Pendidikan Ke Universitas Pgri Sumatera Barat*. 4(1), 59–70.
- Garaika, W. F. (2018). *Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta*. *Stie trisna negara*.
- Ghozali, Imam., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Badan Penerbit: Undip.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.
- Hamzah, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Catering Cv Narsa Makassar*. *Jurnal Pelopor Manajemen Indonesia*, 2(1), 46–62.
- Hendro, O., Asiati, D. I., & Sari, D. P. (2020). *Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang*

- Prabumulih. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5(2), 73–98. <https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.117>
- Ika Rahmawati, STIE Widya Wiwaha, Yunita Fitri Wahyuningtyas, S. W. W. (2019). Pengaruh promosi, Lokasi Dan Biaya Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih PTSDI Yogyakarta. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Ilmiyah, K. and I. K. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Pada Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto*. *Jurnal Manajemen* 6. No. 1. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>.
- Issn, P., & Kalbuadi, A. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 No. 2 September 2022 E - ISSN Pengaruh Komunikasi Word Of Mouth Dan Preferensi Keluarga Provinsi Nusa Tenggara Barat Oleh : 11(2), 266–274.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited.
- Kotler dan Armstrong. (2017). *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kusuma, L. A. W. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi Di Universitas Negeri Semarang*. 60–62.
- Kusumayanti, K., & Novel Haniif, A. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Kuliah Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Di Institut Agama Islam Abdullah Said Batam. *Jurnal AL-AMAL*, Vol. 2, No(E-ISSN: 2964-9900), 58–65.
- Leninkumar, V. (2017). *The Relationship Between Customer Satisfaction And Customer Trust On Customer Loyalty*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 450–465.
- Lupiyoadi. R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, H. and M. (2016). *Perilaku Konsumen, edisi kedelapan, jilid 1*. Jakarta: PT.Erlangga.
- Putri Dian Selasih Napitupulu dan Mariana Simanjuntak. (2023). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Memilih Berkuliah Di Institut Teknologi Del. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 401–407. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>

- Putri Rafwani, & Hazmanan Khair. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Luxcrime yang Dimediasi oleh Kepercayaan: Studi Kasus pada Masyarakat Kabupaten Sergai. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 5397–5413. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2770>
- Putu Lugra Augusta. (2020). *Digital Marketing Dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian*. (October). doi: 10.38043/jmb.v16i4.2250.
- Riki Riswandi. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMANd)*, 1(2), 42–55. <https://doi.org/10.46757/demand.v1i2.92>
- Setiadi, N. J. (2016). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2020). *Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran (ketiga)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Unonongo, W. (2018). Fungsi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung Di Kota Manado. *E-Journal Acta Diurna* 4 (5): 1–12. <https://www.neliti.com/id/publications/92615/fungsi-promosi-dalam-meningkatkan-daya-beli-gadget-samsung-di-kota-manado>.
- Wijaya, N. P. N. P., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan World Class University terhadap Pemilihan Perguruan Tinggi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 43–54. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2683>
- Wirawan, F. . W., & Oktivera, E. (2022). Komunikasi Word-of-Mouth dalam Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 7(2), 219–232. <https://doi.org/10.36914/jikb.v7i2.557>
- Wulandari, N. (2019). *Pengaruh Word of Mouth Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa Program Magister Universitas* <http://repository.widyatama.ac.id/handle/123456789/10015>