DAFTAR PUSTAKA

Adzkia, S., Yohana, C., & Parlyna, R. (2021). Peran Electronic Word of Mouth dan Brand Iamge Terhadap Minat Beli Minuman Bubble Tea. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 336–346.

Agustina, S., & Setiyarini, T. (2025). Pengaruh E-WOM (Electronic Word of Mouth) di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, *8*(3). https://doi.org/10.31004/jrpp.v8i3.51073

Amalia Putri, R., Askarini Makkasau, A. K., Khairul Musyawir, A., Astriana, M., Hadriyanti, Hendrayadi, Rusiana Alfiani, D., Astuti, D., & Amri, I. (2025). *MANAJEMEN PEMASARAN KESEHATAN*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 111–122. https://doi.org/10.53695/sintesa.v1i1.298

Cahyono, F. D., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Electronic Word-Of-Mouth (eWOM) Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Survei pada Followers Akun Instagram @saboten_shokudo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 148–157. www.marketeers.com

Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). PENGARUH INFLUENCER MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, 778–789. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412

Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. DEEPUBLISH DIGITAL.

Dedik, Nasution, A. H., Madelta, C., & Salwa, S. K. (2025). *Operasionalisasi Fungsi-fungsi Manajemen Manajemen dalam Lembaga Pendidikan*. 468–477.

Fadila, A., Putri Lindung Bulan, T., & Amilia, S. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN , ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajerial Terapan (JMT)*, *1*(November), 20–27. https://doi.org/10.61201/jmt.v1i1.12854

Herdiana, D., Darna, N., & Muhidin, A. (2023). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP PURCHASING DECISIONS ONLINE SHOP (Suatu Studi Pada Konsumen Amir Cell Cijulang). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, *5*, 108–121.

Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. https://books.google.co.id/books?id=YwIvEQAAQBAJ

Indrawati, F., Eko Julianto, D., & Dwi Handini, Y. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Kabupaten Jember). *Jurnal Strategi Dan Bisnis*, *11(1)*, 75–86. https://doi.org/10.19184/jsb.v11i1.39562

Indriani, D., Firmansyah, A., Syarifuddin, & Junaidin. (2024). *Manajemen Pemasaran (Hukum Pemasaran dalam System Digitalisasi)*. Detak Pustaka.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education.

Kristiawan, T., & Keni, K. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, *15*, 246.

Lathifa Hinifah Anggrainy, L., & Supriyono. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Instagram and E-WOM terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah di E-Commerce. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5679

Maspeke, R. R., Pioh, N., & Undap, G. (2017a). MANAJEMEN DANA DESA DALAM MENINGKATKAN PEMBANGUNAN DI DESA DOLODUO KECAMATAN DUMOGA BARAT KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 4.

Maspeke, R. R., Pioh, N., & Undap, G. (2017b). Manajemen Dana Desa dalam Meningkatkan Pembangunan di Desa Dolonduo Kecamatan Dumoga Barat Kabupaten Bolaang Mongondow. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintah*, *2*, 2–12.

Muniarty, P., Verawaty, Hasan, S., Patimah, S., Capeg Hadmandho, T., Jhon Anderson Butarbutar, D., Pratisti, C., Ismail, Noor, A., Guntarayana, I., Fitriana, Kurnia Sari, R., & Mia Sihombing, C. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Nabila, N. I., Sari, A., Suningsih, S., & Bursan, R. (2023). Persepsi Konsumen Terhadap Aktifitas Social Media Marketing Di E-Commerce Industry. *Jurnal Marketing*, 159–170. http://repository.lppm.unila.ac.id/53647/

Naia Ramadhanti, A., Permadi, H., & Masrifah, I. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kecantikan X. *Jurnal Tadbir Peradaban*, *5*(3), 422–432. https://doi.org/10.55182/jtp.v5i3.641

Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 741–773.

Novitasari, E. (2020). *Dasar-dasar Ilmu Manajemen: Pengantar Menguasai Ilmu Manajemen*. Anak Hebat Indonesia.

Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PENERBIT SUKARNO PRESSINDO.

Pingki, E., & Ekasasi, S. R. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Msi*. 115–116.

Putri Darma Yanti, S., Saiful Subhan, E., & Mauzu, F. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada UD. Sahabat Tani. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 72–87.

Putri, S. K. (2026). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah Dikalangan Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2022 UPI YPTK Padang)*.

Rahayu, W. D. (2025). Peran Media Sosial terhadap Keterkaitan Perubahan Perilaku Konsumen di E-Commerce: A Systematic Literature Review (2019-2025). *Ekobis Journal of Economy and Business*.

Raule, J. H., Nurhayati, N., Pratiwi, K. A., & Sinaga, R. (2024). *Manajemen pemasaran*. PT Media Penerbit Indonesia.

Rinda Rahmawati, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.Co Donuts and Coffee Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, *9*(1), 17–28. https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.4686

Sahadi, Taufiq, O. H., & Wardani, A. K. (2020). Karakter Kepemimpinan Ideal dalam Organisasi. *Jurnal MODERAT,Volume 6, Nomor 3*, *6*, 513–524. https://doi.org/10.25157/moderat.v6i3.3990

Salsabila, F. N., & Subandi, I. (2025). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) pada Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, *2*(4), 303–314.

Setio, A., Fatoni, U., & Agustia, P. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E- WOM) Dan Online Customer Review (OCR) Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, *3*(1), 126–135. https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2718

Sinaga, B. A., & Sulistiono. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *8*(2), 79–94. https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.329

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. In *Bandung:Alfabeta.* ALFABETA, CV.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta.

Sukoyo, K. S., Yasmin, M. S., & Aliyya, Z. (2019). *Persepsi Konsumen Terhadap Electronic Word Of Mouth (E-WOM) yang Dikendalikan Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*.

Sulaiman, J., Sebayang, Y., & Sulaiman, F. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Decision. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 360–365. https://doi.org/10.56910/gemawisata.v20i3.392

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIR PRESS.

Sutianingsih, Yeni, A., Rachman, A., Rivai, A. M., Herdiansyah, D., Seppa, Y. I., Putra, R. Ki., Stiadi, M., Wonua, A. R., Humairoh, Ruswandi, W., Senoaji, F., & Tobari. (2024). *Pengantar Manajemen* (D. P. Sari (ed.)). GET PRESS INDONESIA.

Taebenu, M., Fanggidae, A. H. J., Riwu, Y. F., & Fanggidae, R. P. C. (2025). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Electronic Word of Mounth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kupang). *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 627–637. https://doi.org/10.70581/glory.v6i2.18175

Widiana, M. E. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (Y. Sutarso (ed.)). CV. Pena Persada.

Widyanto, I., & Albetris. (2021). Pengaruh Citra Merek Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *Jurnal Manajemen Dan Sains*, *6*(April), 138–145. https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239

Wijaya, G., Pratami, N. W., Muryatini, N. N., & Yasa, G. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen*, *11*(1), 190–209.