

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agustina Shinta. 2011. Manajemen Pemasaran. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Andrew E. Sikula 2014. Manajemen sumber daya manusia. Bandung: Erlangga.
- Darna, N., Mulyatini, N, Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. 2023. *Metode Penelitian. Deepublish*. Yogyakarta: Deepublish
- Edison, Emron, dkk. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: CV Alfabeta.
- Fachrurazi, Ekowati, D., Yoeliastuti, Rusiyati, S., Kamisi, H. La, Nurkadarwati, ... Hidayat, R. (2022). Pengantar Manajemen. Batam : Cendekia Mulia Mandiri.
- George Terry. 2014. Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta. Bina Aksara
- Hasibuan, malayu, (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Handoko, H. 2011. Manajemen Edisi 2. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta Hasibuan, M.S. 2012. Manajemen Sumberdaya Mamesia, Jakarta: Bumi Aksara
- Jaenudin, E. (2018). Makna kerja bagi guru khidmah di pondok pesantren al luqmaniyah yogyakarta [Universitas Mercu Buana Yogyakarta].
- Juliana, dkk. 2022. Dasar-Dasar Pemasaran. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Kriyantono, R. (2021). Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis Dan Pemerintah: Manajemen Humas, Teknik Produksi Media Publisitas dan Public Relations Writing Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Kotler , P. d . (2012) . *Marketing Management* , New Jersey : Person Prentice Hall ,Inc.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 14, jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2014. Principle of Marketing, 12th Edition, Jilid I. Penerjemah Sabran, B. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. dan Keller, K. 2016. *Marketing Management 15 Global Edition*. United States of America: Pearson Education Limited.
- Kotler, p., & Kartajaya. 2016. *Marketing 4.0. Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Lupiyoadi, Rambat. 2014 *Manajenen Pemasaran Jasa Edisi ke 3*, Jakarta : Salemba Empat.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta,cv.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta
- Robbins , S. P. (2010) . *Manajemen Edisi Kesepuluh* . Jakarta : Erlangga .
- Rohman, A. (2017). *Buku dasar-dasar manajemen*.
- Rochmaniah, A., Dharma, F. A., & Utomo, D. M. B. (2021). *Buku Ajar Dasar-dasar Public Relations*. Umsida Press, 1-63.
- Sari, W. P. (2018). *Excellence Communication Humas Pemerintah Provinsi Dki Jakarta Dalam Implementasi Aplikasi Jaki "Jakarta Kini"* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Silviani, I. (2020). *Public relations sebagai solusi Komunikasi Krisis*. Scopindo Media Pustaka.
- Sholikah, A. M., Nunik, Y., Amelia Trisavinaningdiah, T. R. D., & Tri Endi Ardiansyah, N. P. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini Dan Masa Depan*. Cirebon: Insania.
- Sobirin, (2019) *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. (n.p.): SAH MEDIA
- Sofiyana, MS *et. al.* (2022). *Meotodologi Penelitian Pendidikan*. Padang: Global Eksekutif Teknologi. Strategi Pemasaran Berbasis Digital. (n.d.). (n.p.): Cipta Media Nusantara.
- Sugiyono. 2015 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

_____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

_____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

_____. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. *Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.2017.pp.21-136

Tjiptono, Fandy. *Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.2019.pp.21-136

Yayuk, Rissari, D. (2021). *Mantra Banjar*. Banjarbaru: Balai Bahasa Kalimantan Selatan.

Jurnal

- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship*, 10(2), 172-185.
- Akbar, M. K. (2021). Peran Peradilan Tata Usaha Negara Dalam Mewujudkan Pemerintahan Yang Baik. " *Dharmasiswa*" *Jurnal Program Magister Hukum FHUI*, 1(1), 16.
- Ali, H., & Widodo, A. (2022). Determinasi Komunikasi Pemasaran: Analisis Iklan, Personal Selling dan Public Relation. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 796-804.
- Andries, K. E. (2016). Pengaruh Public Relation Dan Strategi Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Samsung S5 Di Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Ariprayugo, G., & SANTOSA, S. B. (2016). *Analisis Pengaruh Advertising dan Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau (Studi pada Pengguna Produk Hijau The Body Shop Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Artameviah, R. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Artanto Kristianto, et al. (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada A&W ISOQUANT. Vol 3 (1) 90-105. Diakses tanggal 23-11-2020
- Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Analisis Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 3(1), 54–65.
- Asia, N. (2023). *Pengaruh Word of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart di Lembang Kabupaten Pinrang* (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE).
- Biro HDI Kemenag, 2020. Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar). Tersedia <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>
- Darmawan, S. A., & Abdurrahman, M. S. (2020). Pengaruh Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian Lion Air Di Kalangan Mahasiswa

Bandung Raya (Studi Kuantitatif Deskriptif Kecelakaan Pesawat Lion Air JT-610). *eProceedings of Management*, 7(1).

Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya).

Erawati, S. H., & Wardhana, B. P. J. (2023). Determinan Word Of Mouth Dalam Bisnis Kuliner. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 15-21.

Fahmi, F. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Q-Jami'(Produksi Cv Masjid Agung Jami'Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

Fitriyati, W. I. (2020). *PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPAHOLIC STORE BANJARMASIN* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).

Fukuyama, Mayumi. 2018. "Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society". Japan Economy Foundation Journal - Japan SPOTLIGHT. https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf. diakses tanggal 27 Agustus 2019

Gökçek, H., Kılıç, H., Türker, O., (2023). *Moderator Role Of Word of Mouth Marketing On The Impact Of Public Relations On Purchase Intention From An Integrated Marketing Communications Perspective. In Yalova Sosyal Bilimler Dergisi* (Vol. 13).

Juru, N. A. (2020). Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(2), 408-421.

Kairupan, D. J. I., & Yovanda, O. A. (2021). Pengaruh Public Relation, Advertising, Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Produk Umkm: Studi Kasus Pada Toko X Cake and Bakery. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 1-12.

Kementrian pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021 Industri Kriya, Satu dari Tiga Jagoan Penyumbang PDB Ekonomi Kreatif/ tersedia <https://www.kememparekraf.go.id/rumah-difabel/industri-kriya-satu-dari-tiga-jagoan-penyumbang-pdb-ekonomi-kreatif>

Kuncoro, E. A. and Wiranegara, A. (2010) „Pengaruh Promosi dan Atribut produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Telkom Speedy“, *Jurnal*

- Manajemen Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (I.S.E.I), 1(2), pp. 132–145.
- Liana, Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 129-136.
- M: Andayani, H., Nurfarida, L. N., & Rusno, R. (2020) Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse Pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang, *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1).
- Mahardika, A. W. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu VANS (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Monica, E. (2022). *Pengaruh Word Of Mouth, Minat Beli, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Garnier di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Muhtar, Muhammad, et al. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu dan Sandal Merek Eiger di Seberang Ulu II Kota Palembang. 2020. PhD Thesis. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Nafli, A. (2019). *Hubungan Antara Citra Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Produk Make Up Pada Wanita Karir* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*, 19(1), 41-54.
- Novitasari, D. A., & AC, A. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Nilna Mukena Ngunut Tulungagung. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 962-975.
- Oktavianto, Y. (2013). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha mie ayam Pak Agus di Kota Batu. *Manajemen Bisnis*, 3(1).
- Pangkey , T. T. (2013) . Analisis *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Konsumen Hotel Berbintang di Manado (Studi Pada Hotel *Quality Manado*) . EMBA , 233.

- Rahayu, P. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumenproduk Smartfren Andromax (studi pada mahasiswa kampus ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1).
- Rahayu, P. (2014). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumenproduk Smartfren Andromax (studi pada mahasiswa kampus ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1).
- Rakhmawati, A., Nizar, M., & Murtadlo, K. (2019). Pengaruh electronic word of mouth (e-WOM) dan viral marketing terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 6(1), 13-21.
- Sadida, A. H., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Media Sosial Somethinc). *eProceedings of Management*, 9(4).
- Sari, D., Noorlitaria, G., , U. (2018c). Pengaruh public relation dan strategi periklanan terhadap keputusan pembelian. *JURNAL MANAJEMEN*, 10(1), 2018–
- Setianingsih, E. S. (2018). Wabah gaya hidup hedonisme mengancam moral anak. *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)*, 8(2), 139-150.
- Sulistyawati, Praba. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang
- Anoraga, B. J., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Samsung Galaxy. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 139-147.
- Sutra, S. P. (2020). Pengaruh Harga, Persepsi Nilai Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Imitasi Di Malang (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Malang)
- Wijaya, C., Kardinal, & Cholid, I. (2018). Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan, dan Pendapatan, Terhadap Literasi Keuangan Warga di Komplek Tanah Mas. *Jurnal Manajemen*, 1-5
- Wijaya, L. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI IMC PUBLIC RELATIONS PT ASURANSI BINAGRIYA UPAKARA SEMARANG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ASURANSI DI MASA PANDEMI*. In *Public Relations Journal* (Vol. 2).
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh label halal dan religiusitas terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen Indomie di Sidoarjo). *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 31-36.

