

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copy Writting: Startegi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Budianto, Apri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Ombak.
- Fatmala, E. W. (2023). *Pengaruh Promosi Online, Kepercayaan Konsumen, Dan Citra Rasa Terhadap Minat Beli Konsumen Membeli Roti Bakar (Study Kasus Roti Bakar Saidi Bago Tulungagung)*. *Jurnal Economina*, 2(11), 3412–3423. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.980>
- Idris Abas, N. (2024). YUME : *Journal of Management Kualitas Website, Informasi, dan E-WOM sebagai Kunci Keputusan Pembelian Online: Studi pada Generasi Z*. In *YUME : Journal of Management* (Vol. 7, Issue 3).
- Kotler Dan Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi 13*. Erlangga.
- Kotler, P. , & Kevin. K. L. (2016). *Marketing Management 16 Edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip. and G. Amstrong. (2017). *Principles of Marketing (Global Edition). 17th Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip. and Kevin. Lane. Keller. (2016). *Marketing Management, 15th. Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- M. Wildan Maulama. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Gifutohandicraft Di Instagram*. <Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/15650/1/14410218.Pdf>.
- Natasya, D., Alifah, M., Puspitasari, N., & Sunardi, D. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kepada Skincare The Originote*. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 174–179. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- Ningrum, M. S., & Tresnati, R. (2018). *Prosiding Manajemen Pengaruh Iklan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Klinik Vanela Beauty Care Cimarame Padalarang)*. www.businessnews.co.id/
- Ningsih, E. S. P. (2019). *Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. Universitas Muhamadiyah Surakarta. Https://Digilibadmin.Unismuh.Ac.Id/Upload/8429-Full_Text.Pdf.

- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak TOK*. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 5).
- Nyoman Alit Sriantini, N., Made Hartini, N., & Triatma Mulya, U. (2022). *Pengaruh Testimoni Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS GLOW Di Kabupaten Bandung*. In *Journal Research of Management (JARMA)* (Vol. 4, Issue 1).
- Nyoman Alit Sriantini, N., Made Hartini, N., & Triatma Mulya, U. (2022). *Pengaruh Testimoni Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS GLOW Di Kabupaten Bandung*. In *Journal Research of Management (JARMA)* (Vol. 4, Issue 1).
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Sukarno). Sukarno Pressindo.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-122.
- Robbins, M. , & Coulter, D. (2018). *Implementasi Fungsi Manajemen*.
- Sandy, K., & Thoyib, S. (2020). *Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Angkatan 2016-2018*. In *Holistic Journal of Management Research: Vol. I* (Issue 1). <https://www.databoks.katadata.co.id>
- Sentot, I. W. , & Ramadhan. F. D. (2022). *Manajemen dan Peran Manajemen*. https://www.researchgate.net/publication/361416454_bahan_ajar_manajemen_pentingnya_manajemen_dan_peran_manajer_di_sekolah.
- Silalahi, U. (2017). *Asas-Asas Manajemen Cetakan Keempat*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. IKAPI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyar, A. S., Azhmy, M. F., & Yolanda, L. (2023). *Pengaruh celebrity endorse, kemudahan transaksi, desain website, promosi online, testimoni dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kalangan mahasiswa*. *Insight Management Journal*, 3(3), 239–251. <https://doi.org/10.47065/imj.v3i3.266>
- Syifa, A. , Heryanto. B. , & Rochani. s. (2018). *Pengaruh Testimonial Dan Electroic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Purchase Intentuin (Studi Pada Toko Online Shop LA Florist)*. *JIMEK-I(1)*, 19-33.
- Terry, G. R. , & Rue. L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen* (B. S. Fatmawati, Ed.; Cetakan Pertama). (Bumi Aksara).
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran* , Yogyakarta: CV. Andi.
- Utomo, S. B., Andriani, E., & Devi, E. K. (2023). *Pengaruh Penilaian Produk dan Testimoni Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian di Platform E-commerce Bukalapak di Indonesia*. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 02(01), 26–36. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i01>
- Wahyuni Chika, Siregar. Z. M. E. R. Bhakti. H. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Universitas LabuhanBatu)*.
- Wulandari, W. (2021). *Pengaruh Testimoni Pembeli Dan Kualitas Barang Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Market Place Shopee Siswa SMK Shalahuddin Kota Pasuruan*. <https://doi.org/10.31764/jmm.vXiX.XXXX>
- Nyoman Alit Sriantini, N., Made Hartini, N., & Triatma Mulya, U. (2022). *Pengaruh Testimoni dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Di Kabupaten Bandung*. In *Journal Research of Management (JARMA)* (Vol. 4, Issue 1).