

REFERENSI

- Ena, M. Y., Antonio E. L. Nyoko, & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal Of Management*, 10(3), 299–310.
- Fatihudin, D. & F. A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. CV Budi Utama.
- Fildzah, N. A., & Sari, D. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco Di Media Sosial Instagram*. 11(2), 99–112.
- Gazali, S. (2017). Terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih sekolah tinggi ilmu ekonomi madani balikpapan. *Jurnal Akuntansi Mnagement Madani*, 1(3), 83–95.
- Gazali, S., & Paminto, A. (2016). Pengaruh Brand Image Dan Promotional Mix Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Madani Vol.*, 2(1), 99–118.
- Hadi, Z. J. dan M. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Di Spencer Salon. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 171–176.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut : Word of Mouth Marketing* (Cet.1). Media Pressindo.
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar-dasar Marketing) : Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Gosityeng Publishing.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (B. Sabran (ed.); Edisi 12.).

Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (14th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi ke-1). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing* (16th Editi). Pearson Education.

Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Erlangga.

Kusuma, V. A. M., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. . (2022). *Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Dan*. 3(1), 24–35.

Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.Id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3).

Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24.

Nefrida, N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Budi Mulia Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 42.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Purba, P. Y., Utari, A., Devin, D., Riky, R., & Stephannie, S. (2020). Pengaruh Wom, Kualitas Jasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Tour Pt Bolaemas Sumatera Travel. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3193.

Salim, T. A., & Pradiani, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Program , Kualitas*

- Pelayanan , Dan Harga Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan Pada Lembaga Pelatihan Salim Excellence Center (SEC). 03(01), 27–41.*
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative digital marketing : Teknologi berbiaya murah, inovatif, dan berdaya hasil gemilang*. Elex Media Komputindo.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Sastra Millenium, A., Suardana, I. W., & Kusuma Negara, I. M. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA*, 9(1), 173.
- Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking* (Revised Ed). Kaplan Publishing.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of mouth marketing : how smart companies get people talking* (3. ed). Greenleaf Book Group Press.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Sutojo, & Siswanto. (2001). *Menyusun Strategi Harga*. Damar Mulia Pustaka.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. ANDI.
- Wajayanti, E. L. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Karoseri*.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang penelitian bisnis dengan alat-analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0* (Ed.1, Cet.). UPP STIM YKPN.
- Wulandari, S. E., Fauzi, A., & Lubis, A. N. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga

Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Politeknik Lp3I Medan Kampus Medan Baru. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 3(3), 389–397.

Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness pada E-Commerce. *Manajerial : Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 19(2), 198–209.