

DAFTAR PUSTAKA

- Adi kesuma, dkk (2018). “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk CKE Teknik Semarang*. Semarang : Universitas Pandanaran Semarang.
- Ary Wicaksono, Mohammad Pambudi & Seminari, Ini Ketut (2016).”*Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka*”,Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 8, hh 5098-5127
- Fildzah, Nur Amalina & Sari, Devilia (2017).”*Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco Di Media Sosial Instagram*”, Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship, Vol. 11, No. 2, hh 99-112.
- Finanda, Iknesya Rahma & Wiwaha, Arjuna (2017).”*Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Miloff Beauty Bar*”, Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika, Vol. 1, No.2, hh 134-140
- Herliyana Meitha Tri, Annisa Rachmawati Shaliqt, Cinta Sani, Muhamad Nastain & Nafida Hetty Marhaeni, 2023,”*Pengaruh Gadget Terhadap Kehidupan Sosial Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Multimedia Universitas Mercubuana Yogyakarta 2021*”, JKOMDIS, Vol. 2, No. 1, hh 28 – 30.
- Indah Budi, (2019). “*Pengaruh Artis Endorser Terhadap Minat Membeli Shampoo Rejoice Di Lingkungan SMA Muhammadiyah II Yogyakarta*”. Yogyakarta : Universitas Mercubuana Yogyakarta.
- Latief, Rusman (2018). “*Word of Mouth Communication Penjualan Produk*”. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 17.
- Lestari, Putri & Saifuddin, Muchammad (2020).” *Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid’19*”,Jurnal Manajemen dan Inovasi, Vol. 3, No. 2, hh 27-28
- Nugraham Illanisa,Wandy Zulkarnaen, & Asep Suwarna (2019),”*Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Sekolah Dasar Islam Binar Indonesia Bandung*”,Jurnal Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Bandung, Vol. 1, No. 3, hh 16-25.

- Putra, Eka (2015). “*Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Roti Gempol Dan Kopi Anjis*”. Bandung : Universitas Telkom.
- Pusat Data dan Informasi kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Situasi Kesehatan Reproduksi Indonesia. ISSN 2442-7659 hal. 1
- Philip Kotler, 2009, Manajemen Pemasaran Jilid I, PT. Indeks, Jakarta
- Ruhamak, Muhammad Dian & Sya'idah, Evi Husniati (2018),”*Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri)*”,*Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, Vol. 3, No.2, hh 128
- Saputra, Gede Wisnu & Ardani, I Gst Agung (2020).”*Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 7, hh. 2596-2620
- Sampouw, Christine & Astri Wulandari, 2020. “Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online “Shopee” sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen”. *Jcommsci* Vol. 3, No. 2 hh 58 - 69
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- Tulasi, Dominikus 2016, “*Marketing Communication Dan Brand Awareness*”, *Jurnal Marketing Communication*, Vol. 3, No. 1, hh. 215-222
- Wulandari, Astri, Arief Nuryana, & Mutaqin Akbar, 2020.”*Strategi Re-Branding Desain Label dan Kemasan Produk UMKM “Poin Plus” Sebagai Pembentukan Brand Image*”, Vol. 2, No. 1, hh. 238-245