

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhani, A. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif: Teknik analisis data*. CV Jejak, Bandung.
- Ali Ahmad Yasin, G. N. (2021). Influence Of Word Of Mouth And Product Quality On Purchase Decisions And Repurchasing Interest. *Economics, Business end Accounting Research (IJEBAR)*, 5. Diakses pada 03 Juni 2024
- Angela Emeliana Manek, M. A. (2024, Agustus). The Influence Of E-Wom And Viral Marketing On Decisions To Purchase Ice Cream Mixue In Kupang City. *Ekonomi Manajemen*, 9 (3). 559-560. Diakses Pada 03 Juni 2024.
- Arimurti, R. (2019). Analisis Tingkat Pengungkapan Zakat Dan Laporan Keuangan Pada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) di Indonesia. 5. Diakses Pada 24 November 2024.
- Ar-Rafi, A. N. (2017). Analisis pengaruh word of mouth terhadap minat beli konsumen ice cream merk Aice (Studi kasus pada masyarakat umum khususnya di wilayah Surakarta). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. 4-6. Diakses Pada 07 Agustus 2024.
- Asy'ari, L. H. (2022). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Scarlet Whitening. Diakses Pada 03 Juni 2024.
- Bagaskara, K. R., Manafe, L. A., Angraini, V. S., & Nugrahini, M. C. (2021). Strategi word of mouth produk Sinom-Vac: Pembicara, topik, alat, partisipasi dan pengawasan. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 27–34. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>. Diakses Pada 25 Juli 2025.
- Aditia, B., & Martiono, R. (2023). The influence of word of mouth and brand image on purchase decisions (Case study on MS Glow beauty products in Padang City). *Journal of Business Management and Economic Development*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/10.61388/jbmed.v2i1.403>. Diakses Pada 07 Agustus 2024.
- Tanata, H. F., & Christian, S. (2019). Pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli produk Hungtata. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(2), 230–239. <https://doi.org/10.37715/performa.v4i2>. Diakses Pada 07 Agustus 2024.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Cv. Penerbit Qiara Media, Jawa Timur.

- Simanjuntak, J. R. (2019). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen dengan brand image sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 240–246. <https://doi.org/10.32502/jim.v7i3.2345>. Diakses Pada 07 Agustus 2024.
- Nurkhasanah, I. (2021). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening dengan brand trust sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 9(2), 371–380. <https://doi.org/10.32502/jim.v9i2.4512>. Diakses Pada 07 Agustus 2024.
- kurniaman, P. (2024, Maret 30). *Teknik Pengolahan Data*. Retrieved from putrakurniaman:<https://putrakurniaman.wordpress.com/2017/05/05/teknik-pengolahan-data/>. Diakses Pada 23 Juli 2024
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya, Tangerang.
- Octavia, Y. F. (2022, Desember). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Kuliner Ayam Square. *Business Economics and Management*, 2 . 21-25. Diakses Pada 07 Agustus 2024.
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap keputusan Pembelian Konsumen J.Co donuts and coffee kota samarinda. *Administrasi Bisnis*, 9, 30-31. Diakses Pada 07 Agustus 2024.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Kbm Indonesia, Yogyakarta.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. Sitorus, O. F. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta, Universitas Muhammadiyah. 45-46. Diakses Pada 07 Agustus 2024.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Yogyakarta.
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0* - Eureka Media Aksara Edisi Indonesia, Purbalingga.
- Setiawati, W., Kosasih, & Ratnasari, I. (2021). Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Promosi Terhadap Minat Menonton Film Indonesia pada Bioskop di Kota Karawang. *Journal for Management Student (JFMS)*, 1(2), 18-26. Diakses Pada 07 Agustus 2024.