

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Hartono, J. 2015. Alternatif *Structural Equation Modelling* dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Abdullah, D. 2015. Pengaruh Word Of Mouth Marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen PD. Suzuki Talaga. Jurnal Universitas Majalengka. Vol. 2(1).
- Afiana, N., dan Ulfa, R. 2023. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Unit Penyelenggara Bandar Udara Tunggul Wulung Cilacap. Vol. 5(2). 351-359.
- Akbar, M. J. C. 2018. Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya.
- Aqsa, M. 2018. Pengaruh Iklan Online Terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen Secara Online di Kota Palopo. Prosiding Seminar Nasional. Vol. 3(10). 82-93.
- Asia, N. 2023. Pengaruh WOM Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart di Lembang Kabupaten Pinrang. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. IAIN Parepare.
- Astuti, D., dan Ernawati, S. 2020. Strategi Promosi dan *Word Of Mouth* dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. *Journal of Management and Business*. Vol. 8(2). 225-238.
- Ayu, W. R. 2020. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko *Bag Corner* Ponorogo. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Ponorogo.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat. 2022. Populasi Ternak. Padang: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2022. Populasi Kambing menurut Provinsi. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Chasanah, U. 1997. Efektivitas iklan di era pasar bebas. *Kajian Bisnis*. No 12.
- Cooper, D. R., dan Schindler, P. S. 2006. Metode Riset Bisnis. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Deliyanti, O. 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Ducoffe, R. H. 1996. *How Consumers Assess the Value of Advertising*. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. Vol. 3(1). 12-24.

- Eka, R., dan Saliman, A. R. 2001. Periklanan yang efektif. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*.
- Engel., James, F., Roger, D., Blackwell., and Paul, W. M. 1994. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara. Jakarta,
- Fakhrufin, A., Yudianto, K., dan Dharasta, Y. S. M. A. 2021. Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*. Vol. 23(4). 648 – 657.
- Fauzi, A. 2022. Pengaruh Desain User Interface, Harga Produk, dan Reputasi Merchant Terhadap Keputusan Pembelian Gadget di Tokopedia. Skripsi Program Strata 1 Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Febriani, N. S., dan Dewi, W. W. A. 2018. *Teori dan Praktis Riser Pemasaran Komunikasi Terpadu*. Malang: UB Press.
- Fedhila, R. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Susu Kambing Etawa Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri.
- Fornell, C and Larcker, D. F. 1981. *Evaluating Structural Equatuion Models with Unobservable Variabels and Measurement Error*. *Journal Of Marketing Research*, 18 (1): 39-50.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbot Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2008. *Structural Equation Modelling*. Edisi II. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., dan Latan, H. 2015. *Partial Least Squares*, Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Joseph F., et. al. 2011. *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Hair, J., Joseph F., Ringle, C., and Sarterdt, M. 2017. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. America: SAGE.
- Hamdat, A. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.

- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., dan Sunarsi, D. 2022. Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi. Pascal Books.
- Hariningsih, E. 2013. Internet Advertising Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif. Vol. 1(2). 12-16.
- Haryono, S. 2017. Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS
- Hasan, 2009. Word Of Mouth Marketing Sebagai Bauran Komunikasi Pemasaran. Jurnal dinamika ekonomi dan bisnis. Vol. 6(2).
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., dan Hilal, N. 2021. Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep). ED. Hatini. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Husein, U. 2015. Metode Riset Kuantitatif. Jakarta: Pranamedia Group.
- Irwan, dan Adam, K. 2015. *Metode Partial Least Square (PLS) dan Terapannya*. Jurnal Teknosains. Vol. 9(1). 53-68.
- Jayawardhena, C., and Dennis, C. 2007. *Consumer online: Intentions, Orientations and Segmentation. International Journal of Retail & Distribution Management*. 35(6). 515-526.
- Julianti, D. A., dan Junaidi, A. 2020. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. Vol. 4(1). 75-81.
- Kasmir. 2010. Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana
- Khasanah, U. N 2020. Pengaruh Promosi dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Family Cilacap. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap.
- Kisworo, A. N. 2011 Analisis Segmentasi Pasar Susu Kambing Berdasarkan Karakteristik Konsumen di Wilayah Bogor. Jurnal Penyuluhan Pertanian. Vol. 6 No. 1.
- Kotler, P., and Amstrong, G. 2012. *Principles of Marketing. Global Edition*, 14 Edition, Pearson Education.
- Kotler, P., and Keller, K. L. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., and Keller, K. L. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks LISREL PLS. Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama.

- Loebis, R. S., dan Utomo, S. B. 2022. Pengaruh Iklan Online dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu *Bear Brand*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 11(12).
- Lupiyoadi, R. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardalis. 2008. Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mowen, C. J., dan Minor, M. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Nurmansyah. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik Untuk Meraih Keunggulan Kompetitif Perusahaan. Pekanbaru.
- Oktavianto, Y. 2013. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus di Kota Batu. Jurnal Manajemen Bisnis. Vol. 3(01).
- Peter, J. P., dan Olson, J. C. 2014. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2. Jakarta: Penerbit Alemba Empat.
- Prastowo, A. 2011. Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Purwanto., dan Sukirno, Z. L. 2014. Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural: Cetakan I, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Putra, D. N. E. 2015. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Roti Gempol dan Kopi Anjis. e-Proceeding of Management. Vol. 2(01).
- Rahmi, A., dan Yogita, M. A. 2015. Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). Jurnal Valuta. Vol. 1 No. 1.
- Rizki, W. A. 2023. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Kota Solok. Skripsi Fakultas Peternakan. Universitas Andalas.
- Saleh, M. Y., dan Said, M. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV Sah Media.
- Setiadi, N. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setyowati, E. D. 2017. Pengaruh Iklan, *Word of Mouth*, dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah di BRI SYARIAH Cabang Semarang. Skripsi Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Salatiga.

- Solehuddin, M. 2023. Sistem Informasi Penilaian Kualitas RPP dan Analisis Penerimaan Menggunakan Technology Acceptance Model (ATM). Universitas Diponegoro.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiharto, dan Situnjak. 2006. Lisrel. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Alfabeta.
- Sumardy. 2011. *The Power of Word of Mouth*. Jakarta: PY. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. 2002. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Ciawi Bogor Selatan.
- Sumarwan, U. 2003. Perilaku Konsumen, Teori, dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2004. Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Umar, H. 2003. Metodologi Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H. 2011. Generasi baru mengolah data penelitian dengan partial least square path modeling. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yuniarti, Y. 2017. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Daerah Khas Jambi. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan. Vol. 6(3). 220.

