

DAFTAR PUSTAKA

- Mundung, Anastasia *et al.*, (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Di Kota Manado. *Journal Research Of Management*, 2(1), 140–152. <https://doi.org/10.51713/Jarma.V2i1.43>
- Nirawati *et al.*, (2020). *Beli Ulang Emina Pada Official Store. September 2020*.
- Nirawati, *et al.*, (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Honda Beat. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(1), 60–68. <https://doi.org/10.33005/Jbi.V13i1.3075>
- Darmawan, I. K. A., & Dewi, L. K. C. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Di Kota Denpasar (Studi Empiris Pada Konsumen Pembelian Produk Oriflame Di Kota Denpasar). *Journal Research Management*, 02(1), 58–67.
- Elsa Rizki Yulindasari, K. F. (2022). *Journal Of Islamic Economics And Finance* Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Di Shopee. 3(1), 55–69. https://ejournal.upnvj.ac.id/jiefes/article/view/4293%0Ahttps://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+e-wom+%28electronic+word+of+mouth%29+terhadap+keputusan+pembelian+kosmetik+halal+di+shopee&btnq=
- Hidayah, Ida *et al.* (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu), 76–82. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. Vol. 19. No. 1
- Ihsannudin, S., Nurul Nugraha, R., & Husnul Chotimah, T. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran Pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 314–322.
- Fika, Suci. Firmansyah, Herdin (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu Converse. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*. Vol. 11. No. 1
- Jiwandono, D., & Kusumawati, A. (2020). Pengaruh Ewom Terhadap Niat Berkunjung Wisatawan Melalui Attitude , Subjective Norms, Dan Perceived Behavior Control. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis, Special Is*, 1–14.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/Jimt.V3i4>

- Minanda, H., Ulya, B. N., & Nita, K. S. (2023). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap brand Image Dan Keputusan Berkunjung Ke Gili Trawanganlombok. *Open Journal Systems*, 17(10), 2385–2392. <https://binapatria.id/index.php/MBI>
- Munandar, I., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada CV Mars Global Group The Influence Of Service Quality And Customer Relationship Management (CRM) On Customer Purchasing Decisions At CV Mars. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(1), 15–26.
- Ngelyaratan, D., & Soediantono, D. (2022). Customer Relationship Management (CRM) And Recommendation For Implementation In The Defense Industry: A Literature Review. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 3(3), 2722–8878. <http://www.jiemar.org>
- Widyawati, et al. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Di Kota Denpasar Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Emas*, 3(9), 51–70.
- Nurhikmat, A. (2023). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga Dan Kualitas Produk : Literature Review. *Karismapro*, 13(2), 75–86. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Onassis, S., et al. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(3), 647–653. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1043>
- Prayustika, P. A. (2016). Kajian Literatur: Manakah Yang Lebih Efektif? Traditional Word Of Mouth Atau Electronic Word Of Mouth. *Jurnal Matrix*, 6(3), 168–173.
- Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce. *Indonesian Journal Of Computer Science*, 12(6). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>
- Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata Di Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Bestari*, 19(1), 56–66.
- Walangitan, et al. (2022). Pengaruh Diskon Harga , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado) The Effect Of Price Discounts , Promotions And Service Quality On Consumer Interest To Use On. 10(4), 511–521.
- Yuliasti, N., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, CRM Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Tamu Menginap Di Hotel Horison Ultima

- Bekasi. *Eco-Buss*, 6(1), 238–252. <https://doi.org/10.32877/Eb.V6i1.775>
- Yuliasti, N., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, CRM dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Hotel Horison Ultima Bekasi. *ECo-Buss*, 6(1), 238–252.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Pradana, U. N. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador, harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291
- Amin, A. S. (2022). Identifikasi Faktor-faktor Non-Harga yang Dominan Dalam Keputusan Pembelian Kopi Organik di Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 22(1).