

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Cynthia, and &. Tina Melinda. 2018. *The Effects Of Word Of Mouth And Sales Promotion On Purchasing Decision For Dreamland Decoration*. Vol. 7.

Dhurup, M., Mafini, C& Dumasi, T. (2014). “ The impact of packaging, price, and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry, “ *Acta Commercii* 14 (1), Art.

Fajriyah, A & Karnowati, N. 2022. Pengaruh Viral Marketing, *Electronic Word Of Mouth*, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Jogjakarta: DEEPUBLISH.

Firmansyah, A.M. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Diunduh dari researchgate.net

Hakim, Lukmanul. 2022. Analisis Tingkat Penjualan Snack Dengan Model Repacking Dan Sales Promotion (Studi Kasus Pada Family Star Desa Wonojati Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember).

Irfansyah, M. 2023. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science* Vol. 1 no.4..

Immawati, S.A. 2018. Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Kesadaran Merek Dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang. Prosiding Seminar Nasional Unimus (Volume 1, 2018)

Joesyiana, Kiki. 2018. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey

Pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau).Vol. 4 No 1.

Khotimah, Ima, and Raya Sulistyowati. 2022. Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Di Media Sosial Terhadap Minat Dan Keputusan Berkunjung Di Surabaya (Studi Pada Wisatawan Yang Pernah Mengunjungi Wisata Sejarah Surabaya).

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15^{ed}. edited by Pearson Education Limited. London: Pearson Education Limited .

Kotler & Keller. 2020. *Marketing Management*. Pearson Practice Hall.

Kristiawan,T & Keni,K. 2020. Pengaruh *Packaging*, *Social Media Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal. DeReMa Vol.15 NO.2.

Melinda, Yusuf, & Nurrahman. 2022. Hubungan Kualitas, Harga dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tulang Muda Sapi Sinar. Prosiding Seminar Nasional UNIMUS Vol.5.

Natalia, Pricila, and Dan Mumuh Mulyana. 2014. Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.

Olivia, Jennifer, and Sylvie Nurfebiaraning. 2019. Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik” Terhadap Respon Afektif Khalayak. Vol. 7.

Puri Rahastine Akademi Komunikasi BSI Jakarta, Mareta, and Cara Sitasi. 2018. “Analisa Makna Desain Kemasan Pada Produk Teh Di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi* 9(1):72–78.

Resmi & Wimiarsi. 2015. Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.13 No.1.

Sahir, Syafrida. 2021. *Metodologi Penelitian*. edited by M. S. Dr. Ir. Try Koryati. Jogjakarta: Penerbit Kbm Indonesia.

Sari,N. Saputra,M & Husein, J. 2017. Pengaruh *sElectronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online Bukalapak.com*. Jurnal Manajemen Magister Vlo.03 No.1.

Shanty, A.M. 2021. Analisis Pengaruh Kemasan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Cv. Omco Jaya Padangsidimpuan. ESTUPRO Vol. 6 No.1

Setiawati, Mega, and Rudolf Lumbantobing. n.d. Pengaruh Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. Vol. 12.

Sualang, Glend, Silvya L. Mandey, And Imelda W. J. Ogi. 2023. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Mandala Finance Tbk, Cabang Ratahan.” *Emba* 11 No.2 April 2023.

Sugiana & Pambudi. 2017. Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan *Brand Awareness* Terhadap *Brand Loyalty* (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). Jurnal Manajemen Maranatha. Volume 17, Nomor 1, November 2017.

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit ALFABETA.

Tashandra & Dewi. (2019). Alasan Masyarakat Sangat Doyan Ngemil. Diunduh dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2019/12/03/190747220/alasan-masyarakat-indonesia-sangat-doyan-ngemil?page=all>

Vachel, Jovi, Dan Wirawan, and E. D. Radianto. n.d. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Jus Buah Depot Salmon Di Surabaya.