

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 23- 37.
- Alala, L. S., & Ferdinand, A. T. (2017). Memperkuat keputusan pembelian jasa urbancut barbershop melalui mediasi citra toko. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 278-288.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik E-Commerce 2021. Jakarta, Indonesia: Deputi Bidang Statistik Distribusi dan Jasa.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Kecamatan Mustikajaya Dalam Angka 2021. Bekasi, Indonesia: BPS Kota Bekasi.
- Damanik, E. M. (2022). Hubungan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Divisi Sarana Pada Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Divre 1 Medan. *Skylandsea Profesional. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2), 210-214.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fadillah, D. (2015). Model Komunikasi “WOM” Sebagai Strategi Pemasaran Efektif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 15(1), 66-74.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan strategi komunikasi pemasaran: perubahan perilaku konsumen menuju era disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22-38.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149-159.

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 490.
- Hartanto, E. (2017). Metodologi Penelitian : PERBEDAAN SKALA LIKERT LIMA SKALA DENGAN MODIFIKASI SKALA LIKERT EMPAT SKALA.
- Hasna, S., & Irwansyah, I. (2019). Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era Digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18- 27.
- Himawan, A. F. I. (2019). Digital marketing: peningkatan kapasitas dan brand awareness usaha kecil menengah. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(2), 85- 103.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 1(2), 75-82.
- Maheswari, J., & Dwiutami, L. (2013). Pola perilaku dewasa muda yang kecenderungan kecanduan situs jejaring sosial. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi: JPPP*, 2(1), 51-62.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2018). Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 90-95.
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 241-252.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand

- Awareness. E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 9(2020), 357-380.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Pati, L. L., Mertaningrum, N. L. P. E., & Kusumaningrat, C. I. M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Studio Barbershop. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1-8.
- Ramadhany, Suci. (2011). Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pepsodent Mouthwash).
- Rismiatun, R. (2020). Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Budi Luhur Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru 2019. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 11(1), 17-22.
- Robani, D. R., & Wardhana, A. (2022). Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Bisnis Umkm di Jawa Barat Menghadapi Pandemi Covid-19: Studi Kasus Di Aditi Coffee House and Space. *Jurnal Inspirasi*, 13(1), 156-164.
- Sadini, C., & Ayang, L. (2020). Pengaruh Efektivitas Komunikasi Antar Karyawan Dan Awak Kapal Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt Bsi Manajemen Indonesia (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran).
- Safitri, N. A. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen Melalui Media Sosial. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).
- Salsabila, N., & Yusuf, L. (2022). Pengaruh Penggunaan LKS terhadap Kemandirian Belajar Peserta Didik Kelas XI di LBB Rumah Cerdas, Pademawu Pamekasan. *J+Plus*, 11(2), 356-366.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37-48.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Siswoko, A. (2014). *Pengaruh Interaksi Sosial Kelas terhadap Prestasi Belajar Siswa* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Takaeb, M. Z., & Kelen, L. H. S. (2021). Analisis Kelayakan Investasi pada Usaha Barbershop di Kabupaten Sumba Timur. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(2), 35-42.
- Toruan, R. R. M. (2018). Proses Implementasi Word of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 155-166.
- Zaenuri, A. (2017). Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Pengajaran. *JALIE; Journal of Applied Linguistics and Islamic Education*, 1(1), 41-67.