

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011)
- Akbar, Husain Usman dan R. Purnomo Setiady, *Pengantar Statistika* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019)
- Amalina, Hidanah Nur, “Analisis Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi kasus masyarakat Tangerang Selatan yang menggunakan produk kecantikan PT. Mustika Ratu)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021)
- Anak Agung, Anik Yuesti, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Ab Publisher, 2017)
- Andespa, Roni, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah,” *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 2 No 1 (2017), 43–57 <<http://dx.doi.org/10.15548/al-masraf.v2i1.90>>
- Andika, Mika, dan Nova Mardiana, “Edukasi Pentingnya Bahasa Inggris Di Era Globalisasi,” *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4.1 (2023), 246–51 <<https://doi.org/10.31949/jb.v4i1.3961>>
- Annur, Cindy Mutia, “Media Sosial, Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia” <<https://survei.literasidigital.id/>>
- Annur, Helmi Ilham A, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Lembaga Kursus Bahasa (Studi Kasus Genta Course Tulungrejo Pare Kediri).” (Skripsi, Intitut Agama Islam Negeri Kediri, 2022)
- Arfah, Yenni, *Keputusan Pembelian Produk* (Sumatera Utara: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022)
- Arisma, Mustafa, “Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Barbekoe)” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Medan Sumatera Utara, 2021)
- Armstrong, Philip Kotler and Gary, *Principles Of Marketing*, 18 ed. (United States: Pearson Education, 2021)
- Asmaul Husna, Budi Suryana, *Metodologi Penelitian dan Statistika* (Jakarta:

- Pusdiknakes, 2017)
- Basti, Dkk, *Teori & Inovasi Pendidikan Masa Depan* (Sulawesi Selatan: Syahadah Creative Media, 2021)
- Daud, Anshar, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian,” *Jurnal Manajemen* 13, no. 4, 2022
- Fajri Ismail, *Statistika untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta: Prenada Media Group, 2018)
- Fajriati, Ana Wilda, “Pengaruh Media Sosial, Electronic Word Of Mouth, Dan Komunitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2016 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)
- Firmansyah, Anang, *Komunikasi Pemasaran* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020)
- Furyanah, Anah dkk, “Social Media Is A Moderating Variables of purchasing Decisions: A Case Study on SMEs Robusta Coffee,” *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 9, No. (2021), 169–80  
<<https://doi.org/https://doi.org/10.56457/jimk.v9i1.110>>
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005)
- Gruen, T.W., Osmonbekov, T., Czaplewski, A.J, “eWOM: the impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty,” *Research, Journal of Business*, 59(4) (2006), 449-456.
- Gunawan, Imam, *Pengantar Statistik Inferensial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016)
- Gunawan, Muhammad Ali, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial* (Yogjakarta: Parama Publishing, 2015)
- Gunelius, Susan., *30-Minute Social Media Marketing : Step-By-Step Techniques To Spread the Word About Your Business Fast and Free*, 2011
- Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, dan Dwayne D. Gremler, “Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?,” *Journal of*

- Interactive Marketing*, 18.1 (2004), 38–52  
<<https://doi.org/10.1002/dir.10073>>
- Hermansyah, Rieka Aprilia, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih Berkuliah Di Universitas Brawijaya Pada Mahasiswa Difabel Pusat Studi Dan Layanan Disabilitas (Psld) Universitas Brawijaya” (Skripsi, Universitas Negeri Brawijaya, 2018)
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005)
- Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan: Kualitatif dan Kuantitatif* (Depok: Rajawali Pers, 2016)
- Iskandar, Dkk, *Statistik Pendidikan* (Pekalongan: NEM, 2022)
- “Kampung Inggris Language Center”  
<[https://www.kampunginggris.id/company\\_profile](https://www.kampunginggris.id/company_profile)>
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, terj. Bob Sabran* (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Keller, Philip Kotler and Kevin Lane, *Marketing Management*, 12 ed. (United States of America: Pearson Education, 2006)
- Kristiawan, Theophilus Alpha, dan Keni Keni, “Pengaruh packaging, social media marketing dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian busana brand lokal 1),” 15.2, 244–56  
<<http://dx.doi.org/10.19166/derema.v15i2.2445>>
- Lathifah, Nur Afni, Agus Purnomo, dan Sukamto Sukamto, “Dinamika Pengelolaan Kampung Inggris Oleh Masyarakat Di Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9.2 (2020), 189  
<<https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.17645>>
- Luthfiyatillah, Luthfiyatillah, Afifah Nur Millatina, Sitti Hamidah Mujahidah, dan Sri Herianingrum, “Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian,” *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5.1 (2020), 101–15  
<<https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>>
- Mubarok, Abu Hasan, *Adab Menuntut Ilmu* (Cirebon: CV. Elsi Pro, 2019)
- Muhammad, Radifa Witsqa, “Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Electronic

- Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa FEB Universitas Prof Dr Hamka” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka Jakarta, 2020)
- Muslihah, Fasihatul, “Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2014-2016)” (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)
- Narottama, Nararya, dan Natasha Erinda Putri Moniaga, “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar,” *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, Vol 8 (2022), 741 <<https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>>
- Net, Bahasa Inggris, “Sejarah dan Asal Mula Kampung Inggris Pare,” 2023 <<https://kampuninggrispare.org/sejarah-dan-asal-mula-kampung-inggris-pare/>>
- Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011)
- Prayitno, Dwi, *Mandiri Belajar SPSS*
- Purbohastuti, Arum Wahyuni, “Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret,” *Jurnal Sains Manajemen* 7 no. 1, 2021
- RI, Departemen Agama, *Al-Quran Tajwid dan terjemahan* (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2006)
- Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*, ed. oleh Prana Dwija, 14 ed. (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapan dengan R* (Depok: Prenadamedia Group, 2018)
- Schiffman, Kanuk, Leon G. dan, *Perilaku Konsumen. alih bahasa Zulkifli Kasip* (Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia, 2009)
- Setiawan, Sobur, *Analisis Korelasi dan Regresi Linear Sederhana dengan SPSS versi 24* (PPNI Qatar, 2019)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sujarweni, Wiratna, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, ed. oleh Wiratna

- Sujarweni (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2021)
- Sulistiyowati Sulistiyowati, Achmad Yasin, Achmad Zarkoni, “The Impact Of Nusa Data Prima Corner Wifi In Improving Community Economy Based On Maqashid Syari’ah,” *Journal Trunojoyo*, 18 (2023), 17–29  
<<https://doi.org/https://doi.org/10.21107/mediatrend.v18i1.19040>>
- Surahman dkk, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Pusdiknakes, 2016)
- Suryanto, Tommy Prasetio Wibowo, dan Marheni Eka Saputri, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium,” *e-Proceeding of Management*, Vol.10 No., 129
- Swastha, Basu, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008)
- Umam, Anif Khoirul, “Tabayyun Dalam Perspektif Al-Quran dan Urgensinya Terhadap Informasi di Media Sosial” (skripsi, IAIN Kudus, 2018)
- Umam, Herry Susanto dan Khaerul, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia)
- Waluyo, Bambang, *Penelitian hukum dalam praktek* (Jakarta: Sinar Grafika, 2002)
- Weinberg, Tamar, *The New Community Rules : Marketing on the Social Web* (Californis: O’Reilly, 2009)
- Yuliara, I Made, *Modul Regresi Linier Berganda* (UNUD, 2016)