

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, R., Simantumpang, L.N., dan Prasetya, G.H. (2022). Analisis Promosi dari Mulut ke Mulut, Citra Merek dan Kualitas Jasa Pengaruhnya terhadap Keputusan Memilih Pelatihan Prakerja di Pintaria. *Jurnal Manajemen*, vol.6(2), 82-102.
- Apriliani, R. R. A. E. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Qween. *Journal of Economic, Business*, vol.1(1), 1-8.
- Aryaditya, A.B. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol.9(4), 1-22.
- Asrizal, E.N., Linzzy P., dan Putri, M.T.L. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, vol.1(1), 194-199.
- Astuti, Rini, dan Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmiah : Jurnal Ilmu Manajemen*, vol.5(2), 14-23.
- Awaliyah, F., dan Wibowo, T.S. (2021). Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Café Senewen Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, vol.2(1), 616-624.
- Babin, Barry. (2014). *Modelling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea. The Journal of Service Marketing*, vol.19(3). 133-139.
- Chalil, R.D. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding (1st Ed.)*. Depok: Rajawali Pers.
- Dekasari, Y., dan Hendri. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Word of Mouth Communication* pada Keputusan Pembelian Produk Susu Dancow di Bandar

- Lampung. *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (Jebi)*, vol.1(1), 54-71.
- Diani, N.A.R. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mie Kiro. *Jurnal Manajemen Unwira*, vol.1(2), 63-79.
- Effendi, Z.R., Endri, S., dan Nursina. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman isotonik mizone. *Jurnal Ekonomika*, vol.5(2), 25-27.
- Erni, Widajanti. Sumaryanto. Asih, H. (2021). Pengaruh *word of mouth* terhadap *purchase intention* dengan *brand image* sebagai variabel mediasi (survey pada konsumen mie gacoan Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, vol.6(1), 97-105
- Fera, dan Pramuditha, A.C. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, citra merek terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi di kota Palembang. *Publikasi Riset Manajemen*, vol.3(1), 8-10.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Deepublish.
- Fraenkel, Jack. R., Norman E. Wallen., and Helen H. Hyun. (2011). *How To Design And Evaluate Research In Education 8th Edition*. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23. Edisi 8*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hadibrata, B., Husani, S., dan Ali, H. (2017). *The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on nitchi at pt. Jaya swarasa agung in central Jakarta*. *Saudi Journal of Business And Management Studies*, vol.2(5b), 584-590.
- Hariyanti, N. (2018). Pengaruh citra merek dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada konsumen honda beat Malang. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi, 1-75.

- Hasanah, N. S. (2021). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah (Studi Kasus : Rizkia Tour & Travel Bukittinggi). Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi. Skripsi, 1-99.
- Hasan, Ali . (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut (Word Of Mouth Marketing)*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Hermawan, H. (2015). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian roti ceria di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, vol.3(2), 143-158.
- Husen, A., Sumowo, S., dan Rozi, A.F. (2018). Pengaruh lokasi, citra merek dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen mie ayam Solo bangsal Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, vol.4(2), 127-143.
- Isa, M., Mardalis, A., dan Mangifera, L. (2019). Analisis keputusan konsumen dalam melakukan pembelian makanan dan minuman di warung hik. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, vol.20(1), 44-51.
- Junaidi, J. S., dan Meirisa, F. (2021). Pengaruh promosi, harga, *word of mouth*, dan *layout* terhadap keputusan pembelian di supermarket diamond kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, vol.3(1), 22-36.
- Keegan, Warren. dan Green, M. (2017). *Global Marketing (9th Ed.)*. England: Pearson.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kuswibowo, C., dan Murti, A. K. (2021). Analisis pengaruh *brand image*, *promotion*, dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada aplikasi *online shop*. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, vol.5(1), 53-61.
- Latief, R. (2018). *Word Of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Surabaya:

Media Sahabat Cendekia

- Lia, A., Ibdalsyah, I., dan Hakiem, H. (2021). Pengaruh persepsi konsumen, labelisasi halal dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk herbal *skincare* sr12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, vol.5(2), 263-273.
- Lutiary, Eka R. (2007). Hubungan antara citra merek (*brand image*) operator seluler dengan loyalitas merek (*brand loyal*) pada mahasiswa pengguna telepon seluler di Fakultas Ekonomi Regular Universitas Diponegoro. *Skripsi*, 1-50
- Mangifera, L., Isa, M., dan Wajdi, MF. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan kuliner di kawasan wisata alam Kemuning. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, vol.20 (1), 18-23
- Miati, I. (2020). Pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian kerudung deenay (studi pada konsumen gea fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, vol.1(2), 71-83.
- Mukholidah, S.I. (2018). Pengaruh *brand image* dan *word of mouth* pada keputusan pembelian (studi pada konsumen cafe cak cuk Surabaya). *Skripsi*, 1-103.
- Nasution, A.E., dan Lesmana, M.T. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di kota Medan). *Seminar nasional vokasi indonesia (snvi) universitas islam indonesia (uii)*, vol.2(3), 83-88.
- Ningsi, W.P.W., dan Ekowati, S. (2021). Pengaruh promosi di media sosial dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *skincare* ms glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, vol.2(1), 50-57.
- Paputungan, P.R., Soegoto, A.S., dan Roring, F. (2018). Pengaruh promosi dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di oriflame Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol.6(4), 3703-3712.
- Perkasa, R.P., Firdaus, M., dan Pudjanarso, A. (2021). *Impact of service quality*,

- atmosphere of store, price and word of mouth on purchase decisions in swiwings*. Jember, vol.4(1), 399-406.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Prasetyo B.D. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Malang: Ub Press.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rahmat. (2018). Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian keripik cinta air hitam langkat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol.53(9), 1-67.
- Ristanto, H., dan Aditya, G. (2021). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi pada CV, Mitra Sejati Foamindo Semarang). *Bingkai Ekonomi*, vol.6(1), 58-71.
- Rusandi, dan Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, vol.2(1), 48-60.
- Sabrina, M. (2017). Pengaruh pemasaran keterhubungan terhadap penggunaan ulang dan komunikasi dari mulut ke mulut, kualitas hubungan dan komitmen sebagai variabel mediasi. *Jurnal Agribisnis*, vol.12(2), 148-156.
- Shabrina, G.Y., dan Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh fitur layanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada pengguna ovo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, vol.9(2), 1258-1264.
- Simamora, Bilson. (2005). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustakautama.
- Siregar, N., dan Ovilyani, R. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam menggunakan indihome sebagai penyedia jasa internet di kota Medan (studi kasus kantor plaza telkom cabang iskandar muda no. 35 Medan baru). *Jurnal Manajemen Tools*, vol.7(1), 65-76.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi*

- Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi Spss Versi 17*. Jakarta: PT. Bumiaksara,
- Sondakh, N.D., Tumbel, A. L., dan Djenmy, W. (2022). Pengaruh viral marketing, *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian kokumi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, vol.10(4), 479-489.
- Soraya, N.C.T., dan Marlana, N. (2020). Pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di rumah makan bebek sinjay Bangkalan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, vol.5(3), 173-182.
- Sudarso, A., dan Suryati, L. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Yogyakarta. Andi Offset
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S.R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, vol.1(1), 17-28.
- Sutiyono. R., dan Brata. H. (2020). *The effect of prices, brand images, and after sales service reinforced bar steel products on consumer purchasing decisions of pt. Krakatau wajatama osaka steel*. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, vol.1(6), 945-967.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., dan Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi penjualan

- online shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, vol.10(2), 212-223.
- Zahara, R., dan Sembiring, N. (2020). *Effect on the promotion and price on decision to purchase of railway airport transport tickets. Dinasti International Journal of Digital Business Management*, vol.1(2), 224-231.