

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12), 1-15.
- Amin, A. M. & Jonathan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, *Word Of Mouth*, Dan Tenaga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Belting Merek Bando Di UD. Jaya Bersama Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, Vol 2(2). 117-127
- Augustine, Y., & Kristaung, R. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: PT. Dian Rakyat.
- Ayu, N., Kustiyah, E. & Istiqomah. (2022). Keputusan Pembelian Produk Garnier Ditinjau dari Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. 4(1), 1505-1515.
- Ayuniah, P. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang mengambil Kuliah di Kampus Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(3), 208-219.
- Dewi, C. P., Setyobakti, H. & Taufik, M. (2019). Pengaruh *Service Excellent*, *Brand Image* dan *Product Quality* Terhadap *Customer Satisfaction* Pakaian Muslim Mayang *Collection Lumajang*. *Jurnal Riset Manajemen*, 2 (1), 29-37.
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2007). *Strategi Bersaing dalam Service Driven Economy*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Ueversitas Diponegoro.
- Ghofur, M. A. & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Honda CBR250RR. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 10(8). 1-22.
- Gunawan, D. & Pertiwi, A. D. (2022). Pengaruh Label Halal, *Electronic Word of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Safi

- Melalui *Brand Image* dan *Brand Trust*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815-824.
- Habir, H. Zahara, Z. & Farid. (2018). Pengaruh Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, Vol 4(3). 211-218.
- Ibrahim, A., Dan Yuliati, A. 2017. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Waroeng Steak And Shake Jln Banteng No 14 Bandung). *e-Proceeding of Management*: 4(2):1855.
- Istiqomah, Hidayat, Z. & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Shopee di Kota Lumajang. *Progress Conference*, 2(1), 557-563.
- Joesyiana, K. (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). *Jurnal Valuta*, 4(1), 71-85
- Kasmir. (2015). *Manajemen Perbankan*, Ed Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent: Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Khasanah, D. M., Taufik, M. & Irdiana, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk *Word of Mouth* (WOM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Bengkel Resmi Honda Ahass 10349 Setia Kawan Motor Lumajang. *JOBMAN: Journal of Organization and Business Management*. 2(3), 154-159.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008a). *Manajemen Pemasaran*: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008b). *Manajemen Pemasaran*: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kolter dan Armstrong, (2016) *Keputusan Pembelian Jakarta* : Penerbit Jakarta Erlangga
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis : Teori, Konsep*,

dan Praktik Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Kurniawati, N. I. (2020). Analisis Pengaruh *Word Of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover Kota Semarang. *Forum Ekonomi*, 22(2). 286-295.

Liliweri, A. (2014). *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta: Kencana.

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Global*. Bandung : Alfabeta.

Mustika, R. (2021). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Skincare* Garnier di Kabupaten Lumajang. *JOBMAN: Journal of Organization and Business Management*. 2(3), 160-176.

Paramita, R.W. D. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Buku Ajar Perkuliahan*. Azyan: Yogyakarta.

Priansa, D. J. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : CV. Pustaka Setia.

Priansa, D. J. (2017b). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.

Pilipus, R. R. Aransyah, M. F. & Bharata, W (2021). Pengaruh WOM (*Word Of Mouth*), *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 4(1). 61-72.

Prayitno, B. B. (2019). Pengaruh Kualitas produk, Harga, Citra Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 8(2). 1-21.

Purnama, D. R. (2019). Pengaruh Citra Merek, *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Wakul Suroboyo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 8(5). 1-19.

- Rahmah, R. M. & Supriyono. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2352-2359.
- Rembon, A. Mananeke, L. & Gunawan, E. (2017). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Kangzen Kenko Indonesia di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol 5(3). 4585-4594
- Riduwan. (2018). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Saputra, D. & Mashariono. (2018). Pengaruh Citra Merek, *Word Of Mouth*, Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eiger Cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 7(12). 1-19.
- Shafrizal, A. & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Surabaya. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, Vol 4(2). 1121-1133
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Prenamedia Group.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed & Methods)*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Penelitian Sumber Daya Manusia: Teori, Kuisoner, Alat Statistik, dan Contoh Riset*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Konsumen Puas? Tak Cukup*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi Tiga Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

- Widyaningrum, M. A., & Musadad, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Garnier. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 439-448
- Wowor, C. A. S., Lumanaw, B. & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Mando. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1058-1068.
- Wulandari, R. D. & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. 3(1), 11-18.
- Yuniarti, Y. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *E-jurnal*, 18(1):27-37..

