

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. alfabeta.
- Aldi, M., & Rizal, S. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Satria F 150 Pada PT. SINARGALESONG PRATAMA DI MAKASSAR. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 2(1), 91-102.
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. alfabeta.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arthur leonardus simanjatak. (2018). pengaruh perceived quality dan pengetahuan terhadap keputusan pembelian sabun mandi cair lux pada konsumen swalayan pondok indah pasar buah medan.
- Ayesha, I. (2022). *digital marketing(tinjauan Konseptual*. GET PRESS
- BARRIGUSTI, N. (2020). Pengaruh Perceived Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Bangkinang Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, universitas islam negeri sultan syarif kasim riau).
- Dawati, F. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslim di Pasar Aceh (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, cetakan ketiga. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di j. co Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service): Yogyakarta
- Hermawan, H. (2017). Sikap Konsumen terhadap Belanja Online. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), 136–147. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.6>
- Hidayat, I. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Hero Kesugihan Cilacap). Skripsi Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books. In Unitomo Press (p. 61).
- Isnaeni K.R (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian handphone iphone (Itb widyagama Lumajang)
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*,

- 21(1).
- Kotler, Philip, dan Keller (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler dan Armstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas media instagram dan e-wom (electronic word of mouth) terhadap minat beli serta keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101-115.
- Lutfi, F. Z. (2022). *Pengaruh Healty Lifestyle, Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Liyono, A. (2022). pengaruh brand image, Electronic Word of mouth (e-wom) dan harga terhadap keputusan pembelian produk air minum galon Crystalline pada Pt. Pancaran Kasih Abadi.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Mustika, R. (2021). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Garnier Di Kabupaten Lumajang*.
- Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.
- Milyadi, A. (2017). Pengaruh electroni word of mouth dan webqual terhadap keputusan pembelian barang elektronik pada situs blili.com.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).
- Nerson, N., Adistira, A. B., & Dwianto, A. (2022). Pengaruh experiential marketing, perceived quality dan advertising terhadap keputusan pembelian produk luwak white koffie. *Kalianda halok gagas*, 5(1), 1-13
- Nitisusastro, Mulyadi, (2012) *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Nst, V. F. H. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 5(2), 350-372.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Priansa, D. j. (2017). prilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer. alfabeta.
- Qoyyimah, D. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek ventela di kabupaten Lumajang.
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, impulse buying dan electronic word of mouth (ewom) terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone merek OPPO di kota

- Denpasar. WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata, 1(1), 233-247.
- Sa'adah, L., & Munir, A. f. (2020). kualitas layanan, harga, dan citra merk serta pengaruhnya terhadap keputusan konsumen. LPPM.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. ANDI : Yogyakarta
- Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (2018). Pengaruh e-wom (Electronic-word-of-mouth) terhadap keputusan pembelian di agoda. com. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 6(1).
- Sijabat, R. (2020). Analisis Peran Mediasi Harga Terhadap Asosiasi Country Of Origin, Perceived Quality, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen, 17(1), 57-80.
- Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Suprapti, L., & IDRIS, I. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Organizational Association, Dan Perceived Quality Terhadap keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pemilik Sepeda Motor Yamaha Mio CW di Harpindo Semarang)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). metode penelitian manajemen. alfabeta.
- sugiyono. (2012). metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan r&d. alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Edisi ke Empat. Yogyakarta: CV Andy Offset.
- Winanta, C. b. . (2019). ways to multiply your profil. star coach indonesia.
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. Journal of Islamic Economics and Finance Studies, 3(1), 55-69.
- Yonita, T., & Budiono, H. (2020). Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(1), 152-161.