

## DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Journal ProgressConference, Vol.2(July)*, 572–581. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/131/117>
- Abdul, R., Wirastika, S. N. M., Fitriani, & dkk. (2022). *METODE PENELITIAN ILMU SOSIAL* (pertama). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG (Grup CV. Widina Media Utama).
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., & Dkk. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (N. Saputra (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 132–142. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v2i3.82>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anang, F. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. DEEPUBLISH CV BUDI UTAMA.
- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). *PENATAAN PRODUK (C3) KOMPETENSI KEAHLIAN: DARING DAN PEMASARAN*. Gramedia Widia Sarana.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Augustine, Y., & Kristaung, R. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. PT.Dian Rakyat.
- Balaka Muh Yani. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (A. Iskandar (ed.)). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG (Grup CV. Widina Media Utama).
- Burhanuddin, R. D., Made, D. N. D. S., Mulyati, & Dkk. (2022). *KOMUNIKASI PEMASARAN* (S. Marto (ed.)). PT.GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Dikdik, H., & Iqbal, A. (2021). *EXPERIENTAL MARKETING & KUALITAS PRODUK*. Grup Publikasi Yayasan Insan shodiqin Gunung Jati.
- Elfrianto, & Gusman, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN* (T. B. Nur (ed.)). UMSU PRESS.
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Fauzi, A., Rukmini, & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)*, 1(1), 1–13.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen : pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014.
- Ferdinand, A. (2020). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN*. UNDIP PRESS.
- Ghofur, M. A., & Lestariningsih, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Honda Cbr250rr Marsudi Lestariningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 1–22.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Grand Theory Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 43–51. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/12470/8992>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas , Word of Mouth , Dan Iklan Terhadap Keputusan. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17. [http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku\\_new.pdf](http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku_new.pdf)
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Mutiara Nur Afifah & David Humala Sitorus. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 1121–1133.
- Nawangsih, Ariyono, K. Y., & Ifa, K. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Skripta Media Creative.

- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Paramita, R., Noviansyah, R., & Sulistyan Riza Bahtiar. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (3rd ed.). WIDYA GAMA PRESS.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan Ibm Spss*. CV. Jakad Publishing.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen* (A. Saifudin (ed.)). StaiaPress.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis III (SNMB3)*, 94–101.
- Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). Kbm Indonesia.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Sinaga, D. (2021). *STATISTIK DASAR* (Aliwar (ed.)). UKI PRESS.
- Sisca, Simanjuntak, M., Sudarso, A., & Dkk. (2021). *PEMASARAN DASAR DAN KONSEP*. Yayasan Kita Menulis.
- Sri Ekowati, Meilaty Finthariasari, A. (2020). Jurnal ilmiah akuntansi, manajemen & ekonomi islam (jam-ekis) volume 3, no. 1, januari 2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 3(1), 1–14.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*,

2(1), 160–166.

Tawas, H., & Pandensolang, J. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company Di Manado. *Jurnal Emba*, 3(3), 1113–1124.

Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 138. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>

Yanti, M., & Sukotjo, H. (2016). *Metode Penelitian*.

