

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Adi, P. I. M., Wayan, E. N., Kerti, Y. N. N., & Gede, S. (2023). *Customer Experience dan Brand Image Untuk Membangun Kepuasan Konsumen dan Repurchased Intention*. Lakeisha.
- Afif, M., Suminto, A., & Mubin, A. F. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Di Toko Buku La Tansa Gontor). *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 1–23. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3206>
- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh Customer Experience terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *E-Proceeding of Managemant*, 6(1):1050-1057.
- Ali Hasan. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut Word of Mouth Marketing*. Media Presindo.
- Aminah, A., & Widowati, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Poduk Tupperware Di Semarang. *Journal Of Management*, 4(4), 1–22. <http://jurnal.unpand.ac.id/Index.Php/Ms/Article/View/990>
- Amoako, G. K., Doe, J .K., and Neequaye, E. K. (2021). *Online innovation and repurchase intentions in hotels : the mediating effect of customer experience*. Internasional Hospitality Review.
- Andrian, et al. (2022). *Perilaku Konsumen*. Vol. 3, Is. <https://medium.com/@Arifwicaksana/Pengertian-Use-Case-A7e576e1b6bf>
- Anggreni, G. ayu, & Febrina Hambalah. (2022). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian produk scarlet whitening. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 8(2), 85–92. <https://doi.org/10.30649/aamama.v25i2.49>
- Anggreni, N., Lubis, M. T. A., & ... (2023). Pengaruh Word of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Mixue Di Kota Medan. ... *Konferensi Nasional Social ...*, 4, 268–278. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/Konsep2021/article/view/1259%0Ahttps://ojs.polmed.ac.id/index.php/Konsep2021/article/download/1259/667>
- Arvandi, F., & Nasution, A. P. (2016). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Cv. Sun

- Berlian. *Ecobisma*, 3(1), 56–71.
- Atmojo, D. P., Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran, Fasilitas Outlet Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Outlet Dear Sisters Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.34308/Equien.V11i.686>
- Cholis, N., Irawan, R., Maradat, S., Purbawati, D., Listyorini, S., & Nurseto, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Layanan Gofood Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 266–275. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Erry Adnyani, N. N. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kelengkapan Produk dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di UD.Bumi Pertiwi. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 9(1), 50–61. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v9i1.5738>
- Febrianti, N. (2013). Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologi, Faktor Kebudayaan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Three. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Volume 6 No. 1 Agustus*, 13(1), 43–51.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Freddy, R. (2010). *Pengemasan*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. BPFE Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory (25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis, Dan Disertasi))*. (Apriya Ed.). Yoga Pratama.
- Gunawan, & Heri. (2017). *Pendidikan Karakter Konsep dan Implementasi*. Alfabeta.
- Haida, R., Sari, A., Bursan, R., & Nabila, N. I. (2022). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik Boy Group EXO di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 169. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.16526>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hartono, A. N., & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta

- Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(September 2018), 54–63.
- Khusyairi, M. H. R., Lukiana, N., & Hartono, H. (2018). Pengaruh Desain Produk, Positioning dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Honda pada UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(1), 157–167.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14. Global Edition*. Pearson Pretience Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13.). Erlangga.
- Kurniawan. (2014). . *Pendidikan Karakter Konsep & Implementasinya Secara Terpadu DilingkunganKeluarga,Sekolah,Perguruan Tinggi & Masyarakat*. Ar-ruzz Media.
- Lukiana, N. (2020). Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image, dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung (Studi Kasus Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 22–31.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Malau, & Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Penerbit Alfabeta.
- Maroah, S., & Ulfa, M. (2021). Pengaruh Faktor-Faktor Budaya, Sosial, Personal, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahan Ikan Laut. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 126. <https://doi.org/10.30651/imp.v1i2.9796>
- Monica, T., & Widaningsih, S. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Taman Kardus Bandung). *EProceedings of Applied Science*, 6(1):455-467.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 13–37.
- Nizamuddin. (2021). .Metodologi Penelitian Kajian Teoritis dan Praktis Bag Mahasiswa.Riau. *Dotplus Publisher*.
- Oley, D. G. B., Tawas, H. N., Tielung, M. V. J., Faktor, P., Dan, P., Psikologis, F.,

- Keputusan, T., Oley, D. G. B., Tawas, H. N., & Tielung, M. V. J. (2024). *Pembelian Pada Fresh Mart Airmadidi Di Minahasa Utara The Influence Of Personal Factors And Psychological Factors On Purchasing Decisions At Freshmart Airmadidi In Northern Minahasa Jurnal EMBA Vol . 12 , No . 4 , Oktober 2024 , Hal . 459-468. 12(4), 459–468.*
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Poerwanto, & Zakaria, L. S. (2014). *Komunikasi Bisnis*. Pustaka Belajar.
- Pranawukir, I., Hiswanti, & M, J. E. H. (2021). Pengaruh Strategi Harga Dan Produk Furniture Terhadap Perilaku Pembelian Pada Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi Progressio*, 2(2),3.
- Rusnendar, E., & Salma, G. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Yoghurt di Bandung Timur Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 6(1), 62–69. <https://doi.org/10.32627/maps.v6i1.575>
- Sandi, B. (2017). Pengaruh E-Wom dan costumer experience terhadap keputusan pembelian produk pakaian di situs jual beli online Tokopedia. *Management and Business Review*, 1(2), 106–115. <https://doi.org/10.21067/mbr.v1i2.4766>
- Santoso, S. (2014). *Statistika Ekonomi plus spss. Ponorogo*. UNMUH Ponorogo Press.
- Sari, M., & Kapuy, H. R. (2021). Pengaruh Interior Display Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Butterfly. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 39–46.
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. Kaplan Publishing.
- Sernovitz. (2012). *Word of Mouth How Smart Companies Get People Talking*. Greenleaf Book Group Press.
- Simanihuruk, P. (2020). (*Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara*). 17, 30–50.
- Sri Wahyu Handayani, & Sutanto. (2023). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 167–180. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.774>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. IKAPI.

- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis ; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Alvabeta, Vc.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utama, A. Y. P. (2018). Analisis pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian polis asuransi. *Management and Business Review*, 2(1), 50–61. <https://doi.org/10.21067/mbr.v2i1.4724>
- Widia, P. P., & Kumbara, V. B. (2024). *Pengaruh Promosi Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Rating Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Marketplace Lazada Pada Mahasiswa Manajemen Bp 22 Upi " YPTK " Padang) Universitas Putra Indonesia YPTK Padang menguba*. 2(2).
- Widjarnako. (2019). *Konsep Dasar Dalam Pengumpulan Data Penyajian Data*. Sats4213/Modul 1.