

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alvionita, V. (2017). Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–16.
- Aziz, S., Afaq, Z., Muhammad, L., & Khan, B. (2020). The Role of Media, Word of Mouth, and Subjective Norms in determining Attitude and Intentions to Purchase Family Takaful Schemes. *Journal of Islamic Business and Management (JIBM)*, 10(01), 111–113. <https://doi.org/10.26501/jibm/2020.1001-008>.
- Bahri. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis. Andi.
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Ce Gunawan. (2018). *Mahir Menguasai SPSS: Mudah Mengelola Data Dengan IBM SPSS Statistic 25*. Deepublish.
- Dwi Suhartanto, Tjetjep Djatnika, Ruhadi, Ni Nyoman Triyuni. (2017). *Ritel: Pengelolaan dan Pemasaran*. Alfabeta.
- 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.
- Franciosa, J., & Sondang, Y. (2014). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Attitude Toward Brand Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–7.
- Gumilang, P. B., Listyorini, S., & Ngatno. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420–432. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34919>
- Gunawan. (2020). *Mahir Menguasai SPSS: Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. CV Budi Utama.
- Hartin, Venny Fraya. (2023). PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN DIMEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK PADA INDOMARET CABANG MANDALA BY PASS. *Junal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.

- Hotimah, R., Robustin, T. P., & Ariyono, K. Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Sederhana Sumbersuko Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 64–72.
- Imam, G. (2020). *25 Grand Theory*. YOGA PRATAMA.
- Kurniawan Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Kurniawan, & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Limento, N. Y., & Cahyadi, L. (2020). Analisis Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *JCA Ekonomi*, 1(2), 530–538.
- Lupiyodi, & Ikhsan. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Lutfi, F. Z., & Baehaqi, M. (2022). Pengaruh Healty Lifestyle, Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 462–478. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i4.129>
- Nawangsih, Khoirul Ifa, K. Y. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. widya gama press.
- Niken Ayu Rahmadani, N., & Abrori, I. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Brownies Amanda di Kabupaten Lumajang Niken Ayu Rahmadani 1 , Nawangsih, 2 , Imam Abrori 3. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(1), 14–22. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/634>
- Nur, R. B. T. & A. M. (2024). *Metode Penelitian Bahasa*. Langgam Pustaka.
- Paramita, R, & W. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi Dan Manajemen*. Widyagama Press.
- Paramita, & Rizal. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. AZYAN MITRA MEDIA.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (pada era media sosial)*. CV PUSTAKA SETIA.
- Purnama, A. R. W., & Wardhani, N. I. K. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Coffe Shop Tadakopi Surabaya.

- Management Studies and ...*, 4(4), 4390–4396.
<https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/1814%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/1814/1482>
- Puspitasari, Dyah Ayu. (2018). Analisis Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–12.
- Rafli, L. V. A., Nawangsih, & Ariyono, K. Y. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko rm22store Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 5(1), 71–78.
- 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*, 5(3), 4585–4594.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif : Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Saodin, & Nyoman Nerson. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Kalianda Halok Gagas*, 5(1), 1–13.
<https://doi.org/10.52655/khg.v5i1.35>
- Saota, S., Buulolo, P., & Fau, S. H. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di UD. TRIAL VELA kecamatan fanayama kabupaten nias selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 135–142.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6), 1–15.
- Setiawati, R., Indayani, L., & Abadiyah, R. (2023). Analisis Brand Awareness, Word of Mouth dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna ShopeeFood di Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6102–6114.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Simanjuntak, A. L. (2018). *Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Lux Pada Konsumen Swalayan Pondok Indah Pasar Buah Medan*.
- Stefasnus Kevin Sirait, S. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45–56.
<https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>

- Suarniki, N. N., Budiati, P. L., & Afriana, R. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Smartphone iPhone di PT Teletama Artha Mandiri). *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 278–287.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Tampinongkol, V. M., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2008–2017.
- Tendean, M. R., Mananeke, L., & Roring, F. (2020). Pengaruh Viral Marketing, Store Location Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Mcdonalds Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 146–155.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Andi.
- Wulandari, I., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Country Of Origin, Gaya Hidup Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 6(2), 515–528.
- Yahya, B., & Yuniarto, A. S. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warmindo. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.47134/jampk.v2i1.391>
- Zaini, A. D., Nawangsih, N., & Abrori, I. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan pembelian Perumahan di Lumajang (Studi Kasus pada Perumahan Hasanah View Residence by Bintang Indonesia). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 4(3), 218–223. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>