

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah, L., Taufik, M., & Jariah, A. (2023). Pengaruh *Brand image*, *Word of mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Micellar Cleansing Water pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(3), 167–175. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/888>
- Amalia et al., 2022. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, *Brand image*, Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1227–1236.
- Andrenata, A., Supeni, R. E., & Rahayu, J. (2022). Pengaruh *Perceived value*, Brand Awareness, *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 813–824. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i4.441>
- Arifah, M., Asnawi, A., & Listyawati, L. (2024). Pengaruh Celebrity Endorse dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Mabruro Arifah. *Liling Listyawati SAB*, 2(1), 307–322.
- Cakranegara, P. A., Budiasih, Y., Tannady, H., & Totok Suyoto, Y. (2022). Analysis Of The Effect Of *Perceived value* And *Brand image* On Netflix Service Keputusan pembelians Analisis Pengaruh *Perceived value* Dan *Brand image* Terhadap Keputusan pembelian Layanan Netflix. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 3238–3247. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Diah, M. H., & Vercelli, V. (2023). Pengaruh *Word of mouth* (*WORD OF MOUTH*) Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Chong Bak Kut Teh (CBKT) Gading Serpong. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 201–210.
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Erdiansyah, A., Yusuf2, R., & Hasan, R. N. (2023). Pengaruh Har Ga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Shukaku Di Kota Garut. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran (JUMPER)*, 2(1), 109–119.

<https://doi.org/10.51771/jumper.v2i1.558>

- Fachreza, Izzah, L., Bukhori, M., & Dewi, W. (2024). *PENGARUH E-Word of mouth, KLAIM*. 2, 4–6.
- Mukhlis Harvian, Nasya Zahra, Muhammad Izzudin Islam, Muhammad Daffa, Miftahul Chair, & Mia Lasmi Wardiyah. (2024). Analisis Komparatif antara Probability dan Nonprobability dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 108–120. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.248>
- Fauziyah, A., Sakinah, zahro as, Mariyanto, & Juansah, dase erwin. (2023). INSTRUMEN TES DAN NON TES PADA PENELITIAN. *Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian*, 2(6), 784–808.
- Firmandi, A. G., Samiono, B. E. K. O., Sisingamangaraja, J., & Selatan, J. (2019). *Jurnal al hisbah* vol. 7 no. 1 1. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALLANSI*, 7(1), 1–19.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga pratama.
- Hajjar, S., Bakkareng, & Afrizoni, H. (2023). Pengaruh Marketing Mix Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Paberta Jaya Padang. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 63–75. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/834>
- 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*, Vol. 4(1), 71–85.
- Kumara, A. R. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 3–92.
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. *Alfabeta Bandung*, 1–119. www.cvalfabeta.com
- Langitan, J. S., Rondo, E., & Mandagi, D. W. (2024). The Interplay of Brand Gestalt, Word-of-mouth and Revisit Intention in the F&B Sector. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 350–358. <https://doi.org/10.37034/infek.v6i2.870>
- Liana, L. (2009). Using MRA with SPSS to Test the Effect of Moderating Variables on the Relationship between Independent Variables and Dependent Variables. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, 14(2), 90–97. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95>

- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh *Brand image*, Persepsi Harga dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.325>
- Luckyta, P. E. rumiris, & Raharjo, S. T. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE , E-SERVICE QUALITY , DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA APLIKASI GOJEK: TRUST SEBAGAI MEDIATOR* Priscilla Esther Rumiris Luckyta 1 . Susilo Toto Raharjo *KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS* *Hubunga*, 13, 1–14.
- Moridu, I., Tomu, A., Risna Sari, A., Ridho Ghazali Rahman, M., Hartaty Posumah, N., Muhammadiyah Luwuk, U., Jambatan Bulan, S., Tanjungpura, U., & Teknologi dan Bisnis Nobel, I. (2022). Analysis of The Effect Of Managerial Ownership And Financial Performance On Dividend Policy: Review Literature Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Kinerja Keuangan Terhadap Kebijakan Dividen: Review Literature. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3512–3518. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Naufal, M. H., & Maftukhah, I. (2017). Pengaruh *Brand image* Dan Brand Love Terhadap Keputusan pembelian Melalui *Word of mouth*. *Management Analysis Journal*, 6(4), 378–387. <http://maj.unnes.ac.id>
- Octavia, reni salsabila, Sari, dewi komala, & Oetarjo, M. (2022). *PERAN BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH DAN TRUST DALAM MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KLINIK KECANTIKAN MS GLOW DISIDOARJO*. 16(1), 1–23.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Prayuda, Z. R. (2023). The Role of Price Perceptions, Product Quality, and *Brand image* on Purchasing Decisions. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66.
- Priansa, (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. alfabeta.
- Priansa, (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. cv pustaka setia.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion *Word of mouth* Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.
- Putri, F. N., Setianingsih, R., Hardilawati, W. L., Ekonomi, F., & Riau, U. M.

- (2023). *Fenny+Novita+Putri*. 2(1), 190–202.
- Rahim, R. (2021). Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik). *Cemerlang Indonesia*, 1(1), 1–216. www.rcipress.rcipublisher.org
- Rahmadi, S.Ag., M. P. . (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Riyato, S., & Hatmawan, aglis andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*.
- Robustin, T. P., Fauziah, A., Widya, S., & Lumajang, G. (2018). *Sinergitas Quadruple Helix: e-Business dan Fintech sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal* PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA MASYARAKAT DI KOTA JEMBER. 94–101. <http://macamacamwardahkosmetik.blogspot.co.id>
- Rohim, A., Rohim, A., & Arvianto, S. (2017). *Pengaruh Customer Perceived value Terhadap Word of mouth Dengan Customer Loyalty Sebagai Variabel Mediasi (Study Kasus Di CV Putra Putri) A . PENDAHULUAN* Persaingan bisnis saat ini memperlihatkan kompetisi yang cukup ketat pada masing – masing industri . 12(1), 83–94.
- Román-Augusto, J. A., Garrido-Lecca-Vera, C., Lodeiros-Zubiria, M. L., & Mauricio-Andia, M. (2022). Green Marketing: Drivers in the Process of Buying Green Products—The Role of Green Satisfaction, Green Trust, Green WORD OF MOUTH and Green Perceived value. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141710580>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *KEPUASAN PELANGGAN*.
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 181–194. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Widodo. (2017). *metodologi penelitian populer & praktis*. PT RajaGrafindo Persada Jakarta.

- Yuliana, Y., Arwin, A., Weny, W., Lo, C., & Kuan, J. (2022). Analisis Niat Konsumen dalam menggunakan QRIS Dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal E-Bis*, 6(2), 680–690. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.1032>

