

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. R., Erlangga, H., Jasmani, J., Oktarini, R., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(1), 94. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9986>
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com). *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1880–1887.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 4*, 1–15.
- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017). *Proceeding of Applied Science*, 3(2), 430. [www.jurukunci.net](http://www.jurukunci.net)
- Febry, T., & T. (2020). *SPSS : Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis. Media Sains Indonesia*.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember the Effect of Locations, Brand Images and Word of Mouth To Consumer Buying Decisions on Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 2460–9471.
- Liana, Y. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Bulletin of Management and Business*, 2(2), 129–136. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v3/index.php/bmb/article/view/156%0Ahttp://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v3/index.php/bmb/article/download/156/64>
- Mandagie, Yunita, V. M., Sam, U., & Manado, R. (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.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Molyadi, A. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi, Advertising Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Olshop (Tokopedia) (Studi Kasus

- Mahasiswa FEB Jurusan Akuntansi Unisma Angkatan 2018). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 1–23.
- Moy, R. J., Nyoko, A. E. L., & Fanggidae, R. P. C. (2021). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 161–173.
- Natasyah, V., Artina, N., & Megawati, M. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merek, Personal Selling Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Di CV. Multikom Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 183–191. <https://doi.org/10.35957/prmm.v2i2.868>
- Nawang Sari, S., & Kamayanti, Y. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram. *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018 STMIK Atma Luhur Pangkalpinang*, 8–9, 8–9.
- Nora Pitri Nainggolan, H. (2018). JURNAL ILMIAH MANAJEMEN dan BISNIS. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnisurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
- P, J. E. G. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Forestthree Coffee Kertajaya*. 4(1), 13–37.
- Powa, G. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat the Influence of Quality Products, Prices and Word of Mouth To Interest in Buying Consumers Handphone on Student Unsrat Feb. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1188–1197.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan ) ( The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions ( Study of JNE Express Users in South Surabaya )). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 04(03), 403. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>
- Sihombing, R. (2017). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43.
- Simarmata, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen. *JOM FIsip*, 7(2), 1–8.

- Tambunan, K. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto. *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 1–21. <http://eprints.undip.ac.id/35986/1/TAMBUNAN.pdf>
- Widyaputra, K. H., & Djawoto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Kreativitas Iklan, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(7), 1–18.
- Zalina, D. (2018). Pengaruh Faktor Psikologi Konsumen Etnis Tionghoa Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan (Studi Pt Bank Central Asia Tbk Bandar Lampung). *ISSN 2502- 3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*. <http://repo.darmajaya.ac.id/id/eprint/451>