

## DAFTAR PUSTAKA

- Aidil, M. R., Alwie, A. F., & Noviasari, H. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk, Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Warunk Upnormal Pekanbaru*. 7(2), 1–15.
- Alfazirah, A. R., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2018)*. 1–13. Retrieved from <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887-8><http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-2><http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3><http://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018><http://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3>
- Ardiansyah, Salim, M. A., & Khalikussabir. (2021). Analisis Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan Merek Narmada. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 1–23.
- Ashari, A., & Tafiprios. (2021). Effect of Service Quality, Electronic Word of Mouth , Web Quality, and Trust in Consumer Purchasing Decisions. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(4), 665–674.
- Benowati, S. G., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(2), 56–70.
- 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.
- De Sá Medeiros, H., & Paes de Souza, M. (2019). Word-of-Mouth Communication in the Online Purchasing Decision Process. *Sustainable Business International Journal*, (83). <https://doi.org/10.22409/sbijournal2019.i83.a27457>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & T, C. M. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. *Forum*

*Ekonomi*, 24(3), 607–617. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336>

- Hartuti, E. T. K., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1144–1149. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.538>
- Hasena, C., & Sakapurnama, E. (2021). Leveraging Electronic Word of Mouth on TikTok: Somethinc Skin Care Product Innovation to Increase Consumer Purchase Intention. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.26487/hebr.v5i1.2746>
- Irfani, A. S. Al, Widarko, A., & Hardaningtyas, R. T. (2021). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dalam Memilih Menu Minuman (Studi Kasus Pada Konsumen Asmaraloka Coffee Malang)*. 82–94.
- Manihin, N. F. P. K. (2019). *Inovasi Produk dan Penyampaian Nilai Melalui Bauran Komunikasi Pemasaran*. 3(3), 605–611.
- Noor, S. M., & Hendratmoko, C. (2022). Inovasi Produk, Harga, Word of Mouth Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 291–301. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.608>
- Novita, D., Andriani, J., & Yuliani, N. (2021). *Influence Of Brand Image And Word Of Mouth Communication On Purchase Decision In Tiktok Shop*. 2(1), 637–641.
- Octaviani, V., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Toyota Yaris. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(14), 255–262. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i14.2025>
- Qi, X., & Kuik, S. (2022). Effect of Word-of-Mouth Communication and Consumers' Purchase Decisions for Remanufactured Products: An Exploratory Study. *Sustainability (Switzerland)*. <https://doi.org/10.3390/su14105963>
- Saraswati, A. R., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Brand image mediation of product quality and electronic word of mouth on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 9(1), 97–109. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v9n1.2012>
- Sembiring, E. F., & Sunargo, ; (2022). Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 2684–7868.

- Sitompul, S. C., & Jusuf Hariyanto, M. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Warga Bekasi Barat). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesi*, 1–13.
- Wahyudi, S. (2019). Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Valuta*, 5(2), 5–10.
- Wibowo, A. E., & Wulandari, Y. (2020). *SPSS Dalam Riset Layanan Jasa Dan Kesehatan* (W. Suryandartiwi, ed.). Penerbit Gaya Media.
- Widyantini, D., & Soekanda, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Pizza hut Bogor. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 153–160. Retrieved from <https://www.sultanist.ac.id/index.php/sultanist/article/view/214/0>
- Wijaya, O. Y. A., Sulistiyani, Pudjowati, J., Kartikawati, T. S., Kurniasih, N., & Purwanto, A. (2021). The role of social media marketing, entertainment, customization, trendiness, interaction and word-of-mouth on purchase intention: An empirical study from indonesian smartphone consumers. *International Journal of Data and Network Science*, 231–238. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.011>