

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Aprillia, A., & Vidyanata, D. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Fresh.Co. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 19(1). <https://doi.org/10.29259/jmbt.v19i1.17758>
- Artikel, J., Harga, P., Kualitas, D., Terhadap, P., Pembelian, K., Mamakael, P. T., Sejahtera, B., Batam, D., Almanda, W., & Siagian, M. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera di Batam*.
- Deodata & Soemole. (2019). *Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Fast Food Kentucky Fried Chicken (Kfc) Cabang Taman Mini*. 1–10.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., She Melly, Y. A., & Transportasi, M. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/Forumekonomi>
- Fauziah Dewi Mahuda. (2017). *Pengaruh Brand Personality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Butik Meccanism)*. 151–167.
- Fitri & Sulaeman. (2021). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Agnes Monica, Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Cair*.
- I Putu Adhi Susila Putra, A.A. Ngurah Gede Sadiartha, & Luh Nik Oktarin. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian* (Vol. 1, Issue 4).
- Joesyiana, K., Sekretari, A., Manajemen, D., & Bunda, P. (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)*. 4(1).
- Kesumahati, E., & Jecki. (2022). Purchase Intention of Batam People Against Foreign Sellers in the Marketplace. *Business and Entrepreneurial Review*, 22(2), 251–272. <https://doi.org/10.25105/ber.v22i2.14544>
- Komang Sukarnaya, I., Tripalupi, L. E., & Sujana, N. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Distro Legend Store Di Kecamatan Nusa Penida. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol. 11, Issue 1).
- Lantara, A. A. M. O., & Pramudana, K. A. S. (2020). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 218. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i01.p12>
- Lauricia, T. (2020). Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Tealab. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Issue 1).

- Manajemen, J., Dewantara, B., Aryatlandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020a). *Seira Aryatlandi, Asep Muhammad Ramdan, Erry Sunarya Analisis Word Of Mouth Dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi* (Vol. 3, Issue 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/50>
- Manajemen, J., Dewantara, B., Aryatlandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020b). *Seira Aryatlandi, Asep Muhammad Ramdan, Erry Sunarya Analisis Word Of Mouth Dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi* (Vol. 3, Issue 1). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/50>
- Manajemen, J., Tinggi, S., Manajemen, I., & Langsa, P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Afnina Yulia Hastuti*. 9.
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Pembelian, K., Tangan, J., Christie, A., Kota, D. I., Kurniawati, B., & Evyanto, W. (n.d.). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI*.
- Pilipus, R. R., Fikry Aransyah, M., & Bharata, W. (2021). Ritna Rachel Pilipus, Muhammad Fikry Aransyah, Wira Bharata. *JAMBURA*, 4(1).
- Pradana. (2019). *Analisis Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Spesial Sambal "SS" Jember*.
- Pramezwary, A., Winata, J., Tanesha, R., Armando, T., & Pariwisata, F. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1). <https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Prasad, S., Gupta, I. C., & Totala, N. K. (2017). Social media usage, electronic word of mouth and purchase-decision involvement. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 9(2), 134–145. <https://doi.org/10.1108/APJBA-06-2016-0063>
- Putu Devi Darmayanti, N., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, F. (n.d.). *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian I Gede Putu Kawiana (2) I Wayan Suartina (3) (1)(2)(3)* (Vol. 2, Issue 1).
- Qomariah, N. (2020). *Di Mall Plaza Mulia Samarinda*. 8(1), 35–45.
- Rahmat STIE Al Khairiyah Cilegon, B. (n.d.). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Pengaruh Citra Merek dan Preceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Merek Lifebuoy*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4308407>
- Rahmawati & Hidayah. (2021). *Analisis Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappuccino*.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2017). Theinfluence Of Word Of Mouth And Product Quality Of Purchasing Decision On Pt. Kangzen Kenko Indonesia In Manado. *Pengaruh Word of Mouth... 4585 Jurnal EMBA*, 5(3), 4585–4594.

- Sains, J., Humaniora, S., Ayuwardani, M., Wibowo, Y., Nanang, D., Setyawan, A., Administrasi, J., Politeknik, B., & Semarang, N. (n.d.). *Analysis of Mie Gacoan Customer Loyalty through Customer Experience and Perceived Quality*.
- Satriawan, K. A. (2020). The role of purchase intention in mediating the effect of perceived price and perceived quality on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n3.887>
- Sitompul & Hariyanto. (2020). *Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi*.
- Studi Manajemen, P., & Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, F. (n.d.). *A.A. Ngurah Gede Sadiartha (2) Luh Nik Oktarini (3) (1)(2)(3)* (Vol. 1, Issue 4).
- Suryani, C. S., Andari, R., & Abdullah, T. (n.d.). *Pengaruh Perceived Quality Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Mandala Wangsit Siliwangi (Survei terhadap Wisatawan Museum Mandala Wangsit Siliwangi)* (Vol. 8, Issue 2). www.kemenpar.go.id
- Tampinongkol, V. M., & Mandagie, Y. (2008). Analisis Pengaruh..... *Jurnal EMBA*, 6(4).
- Triyono, A., & Susanti, D. N. (n.d.). Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 3, Issue 3). <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmmba/index>
- Vicky. (2021). *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse*.
- Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., J Ogi, I. W., & Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk. *Harga*. 1102 *Jurnal EMBA*, 5(2), 1102–1112.
- Yuliana, Y., & Putra, M. G. (2018). *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*. <http://databoks.katadata.co.id>,
- Zulkarnain, V. C. (n.d.). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Mayasi*.