

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, G. N., & Rahmawati. (2020). Effect of Advertising Message and Customer Trust and Attitudes Consumers on Purchase Decisions Services and Costumer Loyalty in Using Services Pertamina Hospital in Balikpapan. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(02), 191–202. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i02.1057>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Aisyah, S., Rosita, yesy diah, & Hendra, H. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan* (Issue April).
- Anissa, R., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/drj.v3i2.6299>
- Effendi, U. (2021). *IMPLIKASI IKLAN BROSUR, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK*. Penerbit Yayasan Barcode.
- Fandayani, G., & Atnan, N. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Edmo Clinic Kecantikan Di Jakarta). *E-Proceedings of Management*, 5(2), 2857–2864.
- Firmansyah, A. (2019). - *pemasaran produk dan merek (planning & strategy)* - (Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ginting, S. T. U. . (2020). *Pengaruh Kualitas Pesan, Daya Tarik Iklan, dan Frekuensi Penayangan Terhadap Efektivitas Iklan Media Televisi Pada Produk Sepeda Motor Merek Honda*. 01(10), 24–39.
- Hengky, Novianto, Yulandi, A. P., Puspa, D. A., & Henly. (2021). *Pengaruh*

- Citra Merek , Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pelanggan di Kota Batam Dalam Membeli Skincare Merek Korea. 04(1), 380–393.*
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, akhmad fahrur. (2018). *Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. 4(2), 127–143.*
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan.* <https://doi.org/UnitomoPres>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta, Vol. 4(1), 71–85.*
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *MARKETING 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital.*
- Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala, XVIII(1), 59–66.*
- Latief, R. (2018). *Word Of Mouth Communication (Penjualan Produk).* Media Sahabat Cendekia.
- Mamduh M. Hanafi. (2019). *Manajemen (ketiga).* SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN.
- Maskur, A., & Lestaringingsih, M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, WORD OF MOUTH DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*
- Muliasari, D. (2019). the Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among Stie Aas Surakarta Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 3(04), 501–506.* <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i04.805>
- Nurrohmah, S., Kiswati, O., Prima, A. Y., & Purbasari, D. M. (2020). Analisis Perbandingan Citra Merek Produk Kosmetik Dalam Negeri Dan Luar Negeri (Studi Kasus Pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Di Kota Bogor). *Jurnal Organisasi Dan Manajemen (JOM), 1–7.*
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & Bharata, W. (2021). *Pengaruh WOM (Word Of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. 4(1), 61–72.*

- Pramesti, M. A., & Prawoto, E. C. (2020). Stilistika Pada Iklan Produk Kecantikan di Youtube. *Liquid Crystals*, 21(1), 1–17.
- Quesenberry, K. A. (2019). *SOCIAL MEDIA STRATEGY*.
- Rachmah, S. M. (2022). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. 3(4), 82–88.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>
- Sihombing, N. E. ., & Hutasoit, M. J. (2021). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PENCUCI WAJAH POND'S PADA MAHASISWI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN. VII(2775 – 3271), 140–159.
- Simamora, S., & Realize. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 111–122. <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/162>
- Soraya, I. (2018). Strategi Kreatif Pesan Iklan Ladang Coffee Dalam Membangun Brand Image Sebagai CoffeeShop Khas Nusantara. 9(1), 39–45.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). ALFABETA.
- Vernadila, R. Y., & Realize. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 6(2), 633–646. <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5541>
- Wahyundari, S. P. D., Suartina, I. W., & Pratiwi, K. A. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Pesan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Shampo Pantene Di Kota Denpasar Utara). *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(3), 873–881.
- Widiarli. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap

keputusan pembelian sepatu merek vans pada mahasiswa stiesia surabaya.
Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen.

Widodo, S., & Hasanah, E. N. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERANGKAT PARKIR PADA PT TRI WAHANA SOLUSINDO*. 1(2).

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.

Yanuar, A., & Asmoro, M. (2022). PENGARUH HARGA , PROMOSI , DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD TAPE 31 BONDOWOSO Pontjo Bambang Mahargiono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya pohon singkong merupakan salah satu hasil pertanian yang sangat besa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(11), 1–18.

Yasin, A. A., & Achmad, G. N. (2021). Influence of Word of Mouth and Product Quality on Purchase Decisions and Repurchasing Interest. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2), 410–419.