

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., Suminto, A., & Mubin, A. F. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Di Toko Buku La Tansa Gontor). *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 1–23. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3206>
- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 2745–2892.
- Banamtuan, I. O., & Suhardi. (2023). Pengaruh Kualitas Barang dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Preloved dalam Media Sosial Facebook di Batam. *Eco-Buss*, 5(3), 1014–1025.
- Fadilah, I. N., Kusniawati, A., & Kader, M. A. (2020). Pengaruh Reference Group Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Merek Pocari Sweat di Toserba Gunasalma Kawali). *The Encyclopedia of Cross-Cultural Psychology*, 2(4). <https://doi.org/10.1002/9781118339893.wbeccp449>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate spss 25*. [https://doi.org/Badan Penerbit Universitas Diponegoro](https://doi.org/Badan%20Penerbit%20Universitas%20Diponegoro)
- Halimi, N., Hafidzi, A. H., & Nursaidah. (2023). Pengaruh Fanatisme, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Lippo Plaza Mall Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(2), 183–193.
- Hapsoro, W. B., & Permana, B. B. (2021). Role of Service Quality, Price Perception, Brand Image, and Information Technology Involvement in Banking Product Purchase Decisions. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(2), 187–200. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Hasan, F., Leksono, A. B., & Hendratmoko, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP OPPO di Dancell Pare. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 163–175.
- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King Trans Studio Mall Cibubur. *JURNAL ILMIAH MULTI DISIPLIN INDONESIA*, 2(1), 188–203.
- Hidayah, I. A., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Pakaian Jassy (Itc Surabaya). *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 11(11), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5003/5016>

- Idham, E. R., & Suhardi. (2020). Pengaruh Promotion, Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembeli Handphone Samsung. *Ekuivalensi*, 6(2), 297–311.
- Jayanti, S. E., & Muhlizar, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Isi Ulang N2N. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(2), 103. <https://doi.org/10.24853/jmmb.1.2.103-108>
- Kusmanto, & Muryanti, S. (2021). ANALISIS Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda Vario. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1).
- Kusumadewi, N., & Sopiyan, P. (2023). Pengaruh Iklan Media Sosial, Word of Mouth, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 143–153. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v4i1.3576>
- Maghfur, M. D., & Urip, W. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Astra Honda Motor Dipaciran Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(19), 1–18.
- 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>
- Mindari, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Service Point Oriflame 1774 Sekayu. *Jurnal Ekonomika*, 13(01), 131–146. <https://doi.org/10.35334/jek.v13i01.2423>
- Nabila, S. I., & Fajar, P. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 11(10).
- Nofrianto, R., Rinaldo, J., & Firdaus, T. R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo. 4(1), 185–200.
- Nuriyah, S., & Suriyanto, M. A. (2022). Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Bening Bungah. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i1.13673>
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1), 92–102.

- 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.*
- Siregar, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hp Merek Vivo Pada Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Stindo Profesional, VIII(8.5.2017), 2003–2005.*
- Siregar, P., & Suhardi. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Private Label Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Gajah Mada Di Kota Batam. *Ekuivalensi, 6(1), 16–30.*
- Sitinjak, T. J. R., & Arief, A. R. A. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan, 5(2), 1132–1143.*
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Alfabeta.
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi, 18(1), 24–35.*
<https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>
- Wijaya, F., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Terhadap PT Continental Industry Supply. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 5(2), 850–858.*
- Winata, A., & Priyowidodo, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Media Sosial (Website) Terhadap Keputusan Pembelian PT. Duta Modernpack Jaya. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 1(2), 79–83.*