

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Metode Penelitian*. July, 1–23.
- Andari, P., & Sumiyarsih, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust , dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK merek OXGNDW (OXY). *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 35–52. <https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1591>
- Ariyuni, D., & Suhardi, Y. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir). *Jurnal STEI Ekonomi*, 22(11), 1–19.
- Athira, R., & Rachmarwi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Ruangopi Galaxy Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i1.383>
- Claudy, C. P., & Dharmawan, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Pt. Sayap Mas Utama. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i2.576>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan (Issue May 2017)*. Global Research and Consulting Institute.
- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Diskon, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 8–19. <https://doi.org/10.32815/jubis.v2i2.442>
- Emily, & Robin. (2023). Analisis pengaruh citra merek, harga, dan kualitas pelayanan kerja terhadap keputusan konsumen di pucca learning center medan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(1), 109–116.
- Fauzi, F. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 11(1), 86–95. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. In *Universitas Terbuka (2nd ed.)*. Universitas Terbuka. <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPPP/article/download/83/65%0Ahttp://www.embase.com/search/results?subaction=viewrecord&from=export&id=L603546864%5Cnhttp://dx.doi.org/10.1155/2015/420723%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76>
- Hadi Kurnadi, A. (2020). Pengaruh Product Involvement Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Asal Korea Merek Etude The House.

- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Issue Maret). Pustaka Ilmu.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Generasi Milenial*. Insania.
- Hasan, Al. (2020). *Marketing dari mulut ke mulut*. medpress.
- Herdiana, F., Fitriadi, B. W., & Arisman, A. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Cilok Goang Uruy Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 134–138.
- Idham, E. R., & Suhardi. (2020). Pengaruh Promotion , Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Ekuivalensi*, 6(2), 297–311.
- Kotler, P., Amstrong, G., & Alexander Sindoro. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- M. Anang, F. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.); Issue August).
- Muhammad Iqbal, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227–237. <https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.350>
- Pratiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh Kemasan dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(1), 77–87.
- Purnomo, P., & Sutadji, E. (2022). *Analisis Regresi Linier Berganda* (W. Nur (ed.)). Omera Pustaka.
- Putra, R. A. B., Wijayanto, H., & Sumarsono, H. (2022). Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD. Sri Mulyo Agung). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 115–127. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i1.1135>
- Ramadhani, D. I., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 520–536. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2900>
- Rindiasari, P., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Angket Kepercayaan Diri. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(5), 367. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i5.7257>

- Sinaga, D. (2014). Buku Ajar Statistik Dasar (Aliwar (ed.)). Uki Press.*
- Soehardi. (2022). Effect of Advertising, Direct Marketing, Word of Mouth and Personal Selling on Consumer Purchasing Decisions. Jurnal Manajemen, 26(1), 82–98. <https://doi.org/10.24912/jm.v26i1.839>*
- Suardhika, I. N., Rihayana, I. G., & Krisnayanti, N. M. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 18(2), 253–264. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i2.3918>*
- Sugiyono, D. (2017). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In Penerbit Alfabeta.*
- Syarifuddin. (2019). Citra Merek Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (M. Ramadhan & B. Rahman (eds.)). Unimal Press.*
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian.*
- Tjiptono, F. (2016). Service, quality dan satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.*
- Wardhana, A. (2022). Brand Marketing: The Art of Branding. In A. Sudirman (Ed.), Brand Marketing: The Art of Branding (Issue January). Media Sains Indonesia.*
- Zusrony, E. (2021). Perilaku Konsumen di Era Modern (R. A. Kusumajaya (ed.)). Yayasan PAT.*