

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mm., Hariyati, T., Yudestia Pratiwi, M., & Afifah Sekolah Tinggi Agama Islam Ibnu Rusyd Kotabumi, S. (n.d.). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. In *Education Journal.2022* (Vol. 2).
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anindya Julianti, D., & Junaidi, A. (n.d.). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang*. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>
- Anjani, F., & Riyanto, S. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen kosmetik Wardah pada Toko Sheminime. *JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN HUMANIORA*, 3(1). <https://eksishum.untara.ac.id/index.php/eksishum/article/view/49/42>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (n.d.). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Dwi Cahyani Putri, U. N. B. L. S. (n.d.). *Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek & Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta)*. DOI: <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.114>
- Eka Febriyanti, H., Anggrainie, N., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, STORE ATMOSPHERE, PROMOSI, WORD OF MOUTH DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO* (Vol. 226). Retrieved from <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>
- Ekonomi, J., Humaniora, dan, Anjani, F., & Riyanto, S. (2023). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen kosmetik Wardah pada Toko Sheminime* (Vol. 3). Retrieved from <https://eksishum.untara.ac.id/index.php/eksishum>
- Fadilah Amin, N. (n.d.). *Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian*.
- Fauzi, M. N., & Pratama, M. P. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Electronic-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi pada Pengguna Smartphone Samsung di Kabupaten Kebumen). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 5). Retrieved from <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmmba/index>
- Febriyanti, H. E., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Store Atmosphere, Promosi, Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 226-239. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i1.51>
- Fransiska, D. (n.d.). *SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN MENENTUKAN E-COMMERCE TERBAIK MENGGUNAKAN METODE WEIGHTED PRODUCT*. <https://doi.org/10.30656/prosisko.v10i1.5957>
- Khanif, M. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN DITINJAU DARI MODEL-MODEL*

- PENELITIAN. *Jurnal Ilmiah Arsitektur*, 8(2), 40–45.
- Ratnasari, V., & Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha avicenasuhartono, S. (2024). WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Karita Muslim Square Yogyakarta). In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha* (Vol. 4). <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5717>
- Rumba, M. F., Rozady, M. P. N., & Mado, T. W. (2020). “New Normal”: Analisis Penerimaan Menggunakan Balance Score Card. *JARTIKA* |, 3(2), 396–402. Retrieved from <https://journal-litbang-rekarta.co.id/index.php/jartika>
- Siagian, L., & Widayati, C. C. (2022). *Pengaruh Word of Mouth, Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menggunakan MRT (Studi Kasus Stasiun MRT Bundaran HI-Lebak Bulus)*. 2(2), 2829–4599. <https://doi.org/10.38035/jim.v2i2>