

DAFTAR PUSTAKA

- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 118–138. <https://doi.org/https://doi.org/10.33747/capital.v3i1.80>
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.3804>
- Aghitsni, W., & Busyra, N. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI KOTA BOGOR. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Agustianti, R. ... Hardika, I. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Ni Putu Gatriyani & Nanny Mayasari, eds.). CV. Tohar Media.
- Angelika, A., & Lego, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chatime di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 31–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17164>
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk PT Inovasi Pratama Internasional* (Bincar Nasution, ed.). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Bakti, U. ... Setiawan, R. (2021). PENGARUH HARGA, PERSONAL SELLING, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA DEALER PT. YAMAHA PUTERA LANGKAPURA. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaIndonesia.v1i1.343>
- Br Marbun, M. ... Dwikoco, F. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Christy, C. C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1), 331–357.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15–30.
- Eldiansyah, R. ... Indonesia, U. T. (2023). Pengaruh Citra Merek , Harga , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Hybrid Toyota Kijang Innova Zenix (Studi Kasus Pada Masyarakat di Bandar Lampung).

- JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 13(2), 130–138.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.13.2.130-138>
- Ernawati, R. ... Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal*, 4(2), 200–218.
- Fatmawati, I., & Amanati, A. K. (2023). How Does Consumer Experience with Cosmetics Products Create EWOM, Satisfaction, and Loyalty? *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 53–71.
- Fauziah, A. ... Nurhayati, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thriftshop Merah Biru Supply Kota Pasuruan. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 39–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i4.1086>
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13.
- Gunarsih, C. M. ... Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Hajar, A. I. ... Rahayu, J. (2022). Duta Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 359–373.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3961>
- Hardani ... Dhika Juliana Sukmana, R. R. I. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, ed.). CV. Pustaka Ilmu.
- Hariyati, N. R. (2020). *Metodologi Penelitian Karya Ilmiah* (S. T. Farisna, ed.). Graniti.
- Huda, N. M. ... Zunaida, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word of Mouth, dan Fitur terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi. *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 2(4), 153–162.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jtmei.v2i4.3026>
- Indah, D. R. ... Maulida, Z. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion vaseline (studi kasus pada mahasiswa universitas samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Iskandar, A. ... Sitompul, P. H. S. (2023). *Dasar Metode Penelitian*. Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia.
- Jalaludin, J. (2023). Pengaruh Word of Mouth, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Honda di Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Sai*, 8(1), 1089–1095.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1086>
- Kartika, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 73–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.32815/jpro.v2i1.778>
- Khoirunnisa, D., & Albari, A. (2023). The effect of brand image and product knowledge on purchase intentions with e-WOM as a mediator variable. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-

- 4478), 12(1), 80–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i1.2256>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Laksono, A., & Suryadi, N. (2020). The Effect of Brand Image, Brand Trust, and Product Quality on Brand Loyalty on Geprek Benu Customers in Malang City. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Larasati, F., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 530–538.
- Mahira, M. ... Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Malawenta, A. ... Sodikin. (2021). Word of Mouth : Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada CV. Arto Jaya Abadi di Bandar Lampung). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Ke-I*, 1(1), 69–76.
- Montolalu, N. A. ... Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. . (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram@ ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23–38.
- Nababan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 195–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3770>
- Nefrida, N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Budi Mulia Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(1), 114–124. <https://doi.org/https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i1.624>
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga , Citra Merek , dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 44–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v4i1.1158>
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>
- Nugroho, U. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Jasmani*. CV. Sarnu Untung.

- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. Penerbit NEM.
- Nuryanti ... Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jingglong Sutojayan Blitar). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310. <https://doi.org/https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Pambela, S. W. P., & Waluyo, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang *Smartphone* Xiaomi. *Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro Dan Informatika*, 2(4), 198–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jtmei.v2i4.3026>
- Praselia, I. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*. Umsu Press.
- Purnomo, E. C. (2024a). PENGARUH PROMOTION WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK MOCACINO PADA TOKO MEISYA DI SAMPIT. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312. <https://doi.org/https://doi.org/10.33758/mbi.v18i12.888>
- Purnomo, E. C. (2024b). PENGARUH PROMOTION WORD OF MOUTH DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK MOCACINO PADA TOKO MEISYA DI SAMPIT. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.
- Putra, H. P., & Elpanso, E. (2023). Iphone is well-known as a high-end cellphone in Indonesia, but because of this there are many fake iphone products or iphone units whose components have been replaced (reconditioned/refurbished) and are sold at low prices. In addition, most iPhone users b. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1), 170–174. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v8i1.946>
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36.
- Putri, A. V., & Bambang. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Gejrot Mitoha Galak. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 835–850. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i3.798>
- Rahardja, U. ... Chakim, M. H. R. (2023). *Statistik Deskriptif Teori. Rumus. Kasus Untuk Penelitian*. Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM).
- Rahmah, R. M., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2352–2359. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.744>
- Ramlawati, R. (2021). Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Transportasi Online di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 5(2), 287–294.
- Rizal, F. ... di Tanjungbal, M. K. L. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Pendidikan Kejuruan*. Merdeka Kreasi Group.

- Ryzan, K. D. ... Tjahjo, J. D. W. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Kedai Kopi Kenangan Pada Warga Kota Surabaya. *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 8(2), 1–12.
- Sari, I. W., & Amalia, L. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Kopi Kenangan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 248–266. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1286>
- Sari, R., & Prihartono, P. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171–1184. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>
- Septiani, I. ... Hatmanti, L. T. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Septiani, I., Udayana, I., & Hatmanti, L. T.*, 5(1), 42. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/drb.v5i1.17205>
- Simbolon, F. P. ... Nugraedy, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>
- Syahrum, M. (2022). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN HUKUM: KAJIAN PENELITIAN NORMATIF, EMPIRIS, PENULISAN PROPOSAL, LAPORAN SKRIPSI DAN TESIS*. CV. DOTPLUS Publisher.
- Wowor, C. A. ... Ogi, I. W. (2021). Pengaruh citra merek, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian kopi janji jiwa di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35233>
- Wulandari, A. (2023). *Statistika Pendidikan*. CV. Bintang Semesta Media.
- Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Apotek K-24 Jl. Gadjah Mada Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 305–331. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26367>