

DAFTAR REFERENSI

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan digital marketing pada UMKM sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92.
- Abu Said. (2016). Pengaruh Brand Image, Word of mouth, dan Iklan terhadap Minat Menabung di BMT Se-kabupaten Demak (Tesis Magister, Jurusan Ekonomi Syariah, Kudus).
- Agussalim, & Ali, H. (2017). Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan pada Giant Citra Raya Tangerang. *Jurnal Manajemen Universitas Tarumanagara*, 21(3), 317–335.
- Alfarizi, M. A. (2024). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk sabun Nyrtea. [Skripsi, GICI Business School, Depok].
- Anggraini, J. A., Sudapet, I. N., & Subagyo, H. (2019). The effect of promotion, quality of products, and prices on purchase decisions (Case study on printing convection KAOSAN AE Surabaya). *Journal of World Conference*.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan instrumen penelitian dan penilaian program*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Azmi, N., Chalirafi, Edyansyah, T., & Rahmaniar. (2023). Pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Tia Azka Grosir dan Eceran di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(1).
- Cummins. (2020). *Promosi penjualan*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Devita, et al. (2022). Pengaruh digital marketing, word of mouth dan brand image terhadap keputusan pembelian skincare MS Glow. *Devita Et Al*, 12(01), 1094–1102.
- Fauzi, A. (2020). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian produk pada PT. Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JIMK)*, 1–13.
- Feriyanto, A., & Triana, E. S. (2015). *Pengantar manajemen (3 in 1) untuk mahasiswa dan umum*. Kebumen: Mediaterra.

- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Aicos produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5>
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 update PLS regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah. (2020). Analisis strategi potongan harga (diskon) untuk menarik minat beli konsumen di Toko Mezora Cabang Pamekasan. (Skripsi, IAIN Madura).
- Handoko, T. H. (2019). Manajemen personalia dan sumber daya manusia (Edisi II). Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono. (2004). Statistik untuk penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasan, A. (2010). Marketing dari mulut ke mulut. Yogyakarta: Medpress.
- Hasan, A. (2020). Marketing dari mulut ke mulut. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Heda, N. (2017). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian sampo (Studi kasus pada merek Clear) [Skripsi, Universitas].
- Hendro. (2011). Dasar-dasar kewirausahaan. Jakarta: Erlangga.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). Memahami bisnis bank. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indrajaya, E., Wijaya, E., & Abi, Y. I. (2023). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sabun Dettol di Mini Market El-Jhon Sawah Lebar. Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 11(1), 867–876.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop Shopee di Pekanbaru. Jurnal Valuta, 4(1), 71–85.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Prinsip-prinsip pemasaran (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016 & 2017). Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran (Jilid 1, Edisi Kesembilan). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kurniawati, N. I. (2020). Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap

- keputusan pembelian produk kosmetik Make Over Kota Semarang. *Forum Ekonomi*, 22(2).
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfia, W., Irianto, H., & Adi, R. K. (2022). Analisis pengaruh brand awareness, brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian susu cair UHT Indomilk di Swalayan Kota Surakarta. *Jurnal Agrista*, 10(1), 1–11.
- Malik, I., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 175–182.
- Morissan. (2019). *Riset kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Mowen, J. C., & Hansen, D. (2019). *Akuntansi manajerial* (Edisi ke-8, Jilid I; Diterjemahkan oleh D. A. Kwary). Jakarta: Salemba Empat.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1).
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Peter, P., & Donnelly, J. H., Jr. (2020). *Marketing management: Knowledge and skills* (8th ed.). New York: McGraw Hill.
- Prasetyo, R. I. (2020). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (Studi pada pelanggan PT. Ace Hardware Indonesia Cabang Sawojajar, Malang). [Tesis, Universitas].
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen (dalam persaingan bisnis kontemporer)*. Bandung: Alfabeta.
- Prinanda, A. (2024). Pengaruh word of mouth, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk sabun mandi merek Shinzui oleh masyarakat di kota Langsa (Skripsi, FEB Unimal, Lhokseumawe).
- Puspita Sari, D. R. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, harga terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Imam Bakhari Kediri. [Skripsi, Universitas].
- Putri, A. C., Basalamah, M. R., & Normaladewi, A. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

- Omg Matte Kiss Lip Cream (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2020). e – Jurnal Riset Manajemen, 13(01), 1821-1829.
- Rahmawati, Y. (2020). Pengaruh terpaan iklan shampo Head & Shoulders versi Joe Taslim dengan Move On Bro terhadap persepsi mahasiswa. [Skripsi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya].
- Rembon, A., et al. (2018). Pengaruh word of mouth dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Kangzen Kenko Indonesia di Manado. Jurnal EMBA, 5(3).
- Repie, F. A. (2020). Pengaruh komunikasi word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen Famouz Creation Event Organizer. [Tesis, Unika Soegijapranata].
- Roehan, A. A. (2018). Penerapan embellishment sebagai unsur dekoratif pada busana modestwear. Telkom University. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/147624/>
- Ronoprasetyo, T. (2018). Pengaruh word of mouth dan brand awareness terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Bjong Ngopi di Sleman). [Skripsi, Universitas Yogyakarta].
- Rozak, A. (2020). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian online shop (Studi kasus pada konsumen Shopee di Kota Serang). [Skripsi, Universitas Serang Raya].
- Sari, D. A. P. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Imam Bukhari Kediri. [Skripsi, Universitas Nusantara PGRI Kediri].
- Siregar, M. F. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian. [Skripsi, Universitas Sumatera Utara].
- Sudaryono. (2016). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2015). Statistik untuk penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhud, U. (2020). Manajemen pemasaran: Teori dan praktik. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Supranto, J. (2006). Statistik: Teori dan aplikasi. Jakarta: Erlangga.
- Supriyanto, D. (2020). Pengaruh brand awareness dan word of mouth terhadap

- keputusan pembelian produk pada UMKM kopi Nusantara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 55–64.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen: Implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, B. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, W. (2021). Pengaruh iklan dan persepsi merek terhadap keputusan pembelian pada produk minuman teh botol Sosro. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 23–34.
- Wahyuni, N. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian konsumen Wardah di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 105–112.
- Wicaksono, A. F. (2022). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk smartphone Xiaomi di Surabaya. [Skripsi, Universitas Surabaya].
- Widodo, D. (2016). *Statistika untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuliana, I. (2020). Pengaruh word of mouth dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko online Tokopedia. [Skripsi, Universitas Islam Negeri].
- Yulianto, E. (2021). Pengaruh citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 12–21.
- Yuliyanti, E. D. (2017). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Downy di Desa Pulorejo Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1).