

KEPUSTAKAAN

- Ameliany, N., Iryani, L., Ritonga, N., Sufi, & Maulina, R. (2025). Pengaruh Online Customer Rating dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh). *Jurnal Inovasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(4), 55–70.
- Amirudin, A., Widarko, A., & Arsyinto, M. T. (2023). Pengaruh Word of Mouth, Price, dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Cafe Lelette Kopi Sigura-gura Sukun Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 12(2), 709–717.
- Andyna, C., Satria, D., & Syahputra, D. (2025). Marketing Communication Strategy of “Keripik Cinta Mas Hendro” to Increase Consumer Purchase Intention. *Content: Journal of Communication Studies*, 3(1), 23–29.
- Anggreni, G. A., & Hambalah, F. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Aplikasi Administrasi*, 25(2), 85–92.
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart BSD Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 29–36.
- Awaliyah, F., & Wibowo, T. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Senewen Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 616–624.
- Fauzi, A., Murniati, S., Syaharman, M., & Yuliana, Y. (2020). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan Industrial LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 1–13.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (1st ed.; Tim Qiara Media, Ed.). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Halim, A. F., & Cahyono, K. E. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Trust, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Bear Brand di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(1), 1–17.
- Hantono. (2020). *Metode Penelitian Skripsi Dengan Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.

- Harinawati, & Candrasari, R. (2022). Marketing Communication Branded of Gayo Arabica Coffee (Comparative Study Bregendal and Seladang Coffee Shop). *Proceeding 2nd International Conference On Communication Science*, 2(1), 362–369.
- Hasan, K., Sambo, M., Muchlis, R. A., & Yahya, M. (2021). Optimization of Marketing Communications of Fisheries, Marine and Food Agriculture of Lhokseumawe City. *Proceedings of the International Conference on Social Science, Political Science, and Humanities*, 49(5), 40–45.
- Hasnah, A. D., Ramdhani, M., & Arindawati, W. A. (2023). Pengaruh Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Dapur Emak Cikarang. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(1), 82–89.
- 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), 134–140.
- Hidayah, F. N. (2023). Indomaret Jadi Gerai Ritel Terbanyak di Indonesia Pada 2022.
- Kamila, I., & Chaerudin. (2023). Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Cibojong (Survei Pada Pelanggan Mie Ayam Cibojong di Kabupaten Bogor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 188–203.
- Khairullah, M. (2022). Sejarah Alfamart, Perusahaan Yang Memiliki Banyak Cabang.
- Maisyura, & Syarifuddin, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 95–114.
- Naurah, N. (2023). Alfamart dan Indomaret Rajai Pasar Ritel Modern di Indonesia Pada 2022.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 4(1), 43–54.
- Nursanjaya, Praza, R., Sufi, Ameliany, N., & Gayo, S. D. (2025). Pengaruh Word of Mouth dan Rating Produk Terhadap Minat Beli Online Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 6(3), 239–247.

- Paputungan, P. R., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2018). Pengaruh Promosi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Oriflame Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 3703–3712.
- Rahayu, T. S. M., & Handayani, R. (2023). Pengaruh Label Halal, Promosi di Media Sosial, dan Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Cilacap. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1), 64–75.
- Rellyani, R. (2021). Strategi Ritel Alfamart Indonesia.
- Rifani, R. A., Aryanti, S., & Syamsuriani. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Livestream Tiktok Shop). *Amsir: Management Journal*, 3(2), 100–114.
- Rusnendar, E., & Salma, G. (2022). Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Youghurt di Bandung Timur Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 6(2), 62–76.
- Satria, D., & Pratama, D. S. (2023). Pengaruh Komunikasi “Word of Mouth” Terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow. *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 148–154.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: alfabeta.
- Suhendro, D. (2019). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mini Market Indomaret dan Alfamart di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 206–220.
- Taher, T. H., Pamungku, & Sunarmie. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Parfum The Body Shop Body Mist Japanese Cherry Blossom Pada Toko The Body Shop Palangka Raya. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 393–404.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Yogyakarta: Andy.
- Triyono, A., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Healthy Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 3(3), 484–494.
- Umar, B. S. (2015). *Metodologi Penelitian: Kualitatif Versus Kuantitatif*. Yogyakarta: Pusaka Belajar.