

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Junita Ari., Sudapet, I Nyoman., Subagyo, Hamzah. (2019). The Effect of Promotion, Quality of Products, and Prices on Purchase Decisions (Case Study on Printing Convection KAOSAN AE Surabaya). Surabaya: JournalOf World Conference.
- 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.
- Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 204-219.
- Buchari Alma, (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Cummins. 2020. *Promosi Penjualan*. Binarupa aksara, Tangerang.
- Devita et. al 2018. (2022). J1 Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan pembelian Skincare MS Glow. *DevitaEt Al 2018*, 12(01), 1094–1102.
- Erpurini, W., Rukmana, M., & Fajrin, S. A. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian di Store Zoya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(1), 323-326. DOI: <http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v7i1.374>.
- Fauzi, A. (2020). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JIMK)*, 1-13.
- 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. 1–9. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multiavariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 31 - 48.

- Handoko, T. Hani. (2019). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Edisi II. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Hasan, Ali. 2020. Marketing dari mulut ke mulut. Media pressindo. Yogyakarta.
- Harahap, R. A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome (Studi Kasus Telkom Cijawura Tahun 2020). *e-Proceeding of Applied Science*, 1341-1346.
- Hair dkk, 2019. Perilaku Konsumen di Era Internet, Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Hasan, Ali. 2018. Marketing dari mulut ke mulut. Media pressindo. Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2020. Marketing dari mulut ke mulut. Media pressindo. Yogyakarta.
- Hasanah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ikan K alengan Abc (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Dusun Kalimati). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 21-26.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Kaol, W. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Tupperware di Kediri). *Ekp*, 1576-1580.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2018). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ke-13 Jilid 1. Edisi Indonesia. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2017). Keputusan pembelian dan indikator manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Keller. (2016). Keputusan pembelian dan indikator manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, 2020, Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2020. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta:PT Salemba Empat.
- Marpaung, F. K. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 49-64.
- Minakhus Sania1, S. E. (2021). Pengaruh Harga, Personal Selling, Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Dealer PT. Yamaha Putera Langkapura. 64-71.
- Morissan. (2021). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PadaAlfamart di

Kota Medan). Seminar Nasional Vokasi Indonesia (SNVI) Universitas Islam Indonesia (UII), 2(3), 83–88.

- Nathacya, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT. Alfa Scorpii Yamaha Kebun Lada Binja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis METHOFEM*, 300-308.
- Nabilah, N. 2019. Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek Terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Konsumen Sarden ABC di Solo Raya). Skripsi. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- 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, J Paul dan Olson, Jerry C 2016. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9 Jilid 2. Jakarta Salemba empat.
- Peter dan Olson, 2017. Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Radjapati, T. Y. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Tobelo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Rusydi Abubakar, Nana. 2017 Manajemen Pemasaran. Alfabet. Bandung.
- Rohimah, R. A. (2019). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Promosi, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Qween Cosmetic Wonosobo. *ournal of Economic, Business and ...*, 8.
- Sari, S. P. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri). *Simki-Economic Vol. 01 No. 01*.
- SIAHAAN, F. I. P. (2022). Pengaruh Promosi dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) 0% Terhadap Keputusan Pembelian Dimasa Pandemi Covid-19 Pada PT. Astra Internasional Tbk Medan.
- Suliyanto, D. (2018). Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Sian, D. S. C., & Brandinie, M. (2022). Pengaruh Word of Mouth (WOM) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Ropang Plus Plus, Pluit Sakti. *Institute an Bisnis Informatika Kwik Kian Gie*, 1–15. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4261/%0Ahttp://eprints.kwikkiangie.ac.id/4261/8/LAMPIRAN.pdf>
- Sumardy, 2011. The Power of Word of mouth Marketing. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Sunyoto, Danang. (2016). Manajemen Pemasaran. CV Andi Offset: Yogyakarta.

- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sernovitz, 2020. Word of mouth Marketing. Amerika. Greenleaf Book Group Press.
- Setiadi, N. J. (2021). Perilaku Konsumen, Edisi Pertama. Prenada Media.
- Sukmawati, R. (2022). Peran Word Of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 58-66.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Cetakan kedua. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 89-97. DOI: <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.274>.
- Tjiptono, Fandy & Chandra. 2016. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian). Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F, & Chandra, G. (2016). Service, Quality, dan Satisfaction. Andi Offset.
- Top Brand. 2023. Top Brand Index Kategori Perawatan Pribadi.
- Tjiptono, Fandy & Chandra. 2016. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian). Yogyakarta : Andi.
- Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Café And Food Di Kota Malang. Jubis.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>.

