

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, M. F. (2023). *Machine Translated by Google Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Pembelian Keputusan Machine Translated by Google*. 1, 86–94.
- Albari, & Safitri, I. (2018). *Pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 7(Gcbme 2017), 34–37.
- Arif, M., & Siregar, I. K. (2021). Purchase Decision Affects, Price, Product Quality and Word of Mouth. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences (Injects)*, 2(1), 260–273. <https://doi.org/10.53695/injects.v2i1.389>
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nitchi Di PT. Jaya Swarasa Agung di Jakarta Pusat. *Studi Bisnis Dan Manajemen Taudi, Vol-2*, 737–743. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Produk Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen Satria. *Jurnal Internasional Pajak Dan Akutansi Ilomata*, 3(35), 35–45.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017). Global Research and Consulting Institute.
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. August.

- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep , Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 8–16. <https://doi.org/10.55049/jeb.v11i2.64>
- Kotler, P. (Philip J. ., Kartajaya, H., Setiawan, I., & Ham, H. van den. (2017). *Marketing 4.0 : van traditioneel naar digitaal*. Vakmediane(Deventer), 1–175.
- Kurniawan, G. (2017). *Peran Word of Mouth, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik pada Pengrajin Kampoeng Batik Jatis-Sidoarjo*. <https://stieyapan.ac.id/wp-content/uploads/2017/12/Peran-Word-Of-Mouth-Kepercayaan-Dan-Kualitas-Produk-Terhadap-Keputusan-Pembelian-Kain-Batik-Pada-Pengrajin-Kampoeng-Batik-Jetis-Sidoarjo.pdf>
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas , Word of Mouth , Dan Iklan Terhadap Keputusan. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60.
- Mariyudi. (2019). *Business Innovation and Research*. 19(1), 41–48.
- Mighfar, S., Sukaris, S., Saleh, M., & Dewantoro, A. Q. (2020). the Effect of Product Quality, Features, Word of Mouth and E-Commerce on Purchase Decisions. *Innovation Research Journal*, 1(2), 99. <https://doi.org/10.30587/innovation.v1i2.1924>
- Ngatno. (2018). Buku Manajemen Pemasaran. In *EF Press Digimedia*.
- Ningsih, D. N., & Rusno, C. W. H. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4464>

- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18. <https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25123.18-24>
- Perkasa, D. H., Shendar, I. A., Radyantini, V., & Andrini, E. (2020). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth (EWOM), Quality Product and Price Terhadap Purchase decision. *Dinasti International Journal Of Education Management and Social Science*, 2(1), 112–124. <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.26460/jm.v6i1.196>
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>
- Putra, I. M. S., & Santika, I. W. (2018). *E-Journal Manajemen Unud*, 7(10), 5570–5598.
- Qi, X., & Kuik, S. (2022). *Pengaruh Komunikasi Word-of-Mouth dan Konsumen Keputusan Pembelian untuk Produk Remanufaktur: Sebuah Studi Eksplorasi*.
- Razak, M. (2017). Perilaku Konsumen. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri* (Vol. 01). Alauddin University Press.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1), 30–44.

<https://doi.org/10.47313/oikonomia.v15i1.642>

- Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 453–464.
- Septianing, A. D., & Farida, N. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Obyek Wisata Goa Kreo Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 781–792.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29796>
- Setiagraha, C., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Susetyo, D. (2021). *Pengaruh Word of Mouth, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Pempek Di Kota* 4, 52–59.
https://repository.unsri.ac.id/47398/%0Ahttps://repository.unsri.ac.id/47398/3/RAMA_61101_01012681822071_0417086002_01_front_refeference.pdf
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Konsumen Keputusan Pembelian melalui Citra Merek. *Jurnal Internasional Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis*, 1.
- Slamet, S., Prasetyo, B. P. W., & Azmala, I. (2022). The Impact of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Online Purchase Decisions Moderated by Price Discount. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 139–148. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1340>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Suharyanto, S., & Rahman, N. R. (2022). the Effect of Electronic Word of Mouth and Social Media Marketing on the Purchase Decision of Billionaire’S Project Products Through Product Quality. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 475.
<https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i1.4816>
- Velásquez, D. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *New England Journal of Medicine*, 372(2), 2499–2508.

- Wastito, G. H. (2018). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yasin, A. A., & Achmad, G. N. (2021). *Machine Translated by Google Pengaruh Words Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Bunga Pembelian Kembali Machine Translated by Google*. 2021(2012), 410–419.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar Vol. 6 No 1 Januari-Juni 2018*, 43-57, 6, 45–57.
- Zikmund, W. ., B.J, B., J.C, C., & M, G. (2013). *Business research Methods*. Cengage learning.