

## DAFTAR PUSTAKA

- Basri, N. A. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision : Malay upscale restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 324–331. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Edbert, S., Tumbel, A., & Tumbuan, W. A. (2012). Pengaruh Image, Harga, Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1035–1044.
- Elvara, M., Arifin, R., & Hufron, M. (n.d.). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND ASSOCIATION, WORD OF MOUTH DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE APPLE*. 95–106.
- Febiana, D., Kumadji, S., & Sunarti. (2014). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian pada Bikerâs Resto dan Cafe di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 16(1), 84966.
- Islamiah, R., & Mildawati, T. (2017). *PENENTUAN STRATEGI UNTUK MENCIPTAKAN KEUNGGULAN*. 6.
- Jacob, A. A., Lapian, S. L. H. . J., & Mandagie, Y. (2018). *PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHITATO CHIPS PADA MAHASISWA FEB UNSRAT*. 6(2).
- Jayanti, R. D., & Zuhri, M. Z. (2017). Analisis Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Pucuk Harum Pada Konsumen De Nala Foodcourt. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1 Apr), 33–46.
- Lotulung, S. C., Lapian, J., & Moniharapon, S. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA , DAN WOM ( WORD OF MOUTH ) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE EVERCOSS PADA*. 3(3), 817–826.
- Moniharapon, S., Lapian, J., & Lotulung, S. C. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WOM (WORD OF MOUTH) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE EVERCOSS PADA CV.TRISTAR JAYA GLOBALINDO MANADO. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Nafali, M., & Soepeno, D. (2016). *ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN MIE INSTANMEREK INDOMIE*. 4(4), 984–992.
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, & Kusumawati, A. (2015). *PENGARUH WORD*

*OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN ( Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang ). 22(1), 1–7.*

Padmi, ni made sri kesari dharma, Dewi, R. K., & Anggreni, I. G. A. . L. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan di Moena Fresh Bali. 6(4), 584–595.*

PAMUNGKAS, B. A., & ZUHROH, S. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.*

Pertiwi, E. S. S., & Pradhanawati, A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. 1–10.*

Puspita, R. C., & Suryoko, S. (2018). *Pengaruh Iklan, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. 7(2001), 19–24.*

Putri, C. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(5), 594.*

Rasyid, R. A., Moniharapon, S., Trang, I., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). *PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOCIAL MEDIA , KUALITAS LAYANAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI PADA PT . SINAR GALESONG MANDIRI MALALAYANG MANADO THE EFFECT OF PROMOTION STRATEGY THROUGH SOCIAL MEDIA , QUALITY OF SERV. 6(4), 3933–3942.*

Suardika, I. M. P., Ambarawati, I. G. A. A., & Sukaatmadja, I. P. (2014). *Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali Analysis of Consumer Behavior Toward Organic Vegetable Purchasing Decisions CV Golden Leaf Farm Bali Pendahuluan. 2(1), 1–10.*

Sunarto. (2018). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. V(1), 35–43.*

Sundarapandiyana, N., Durairasi, B., Babu, S., & Prabakaran, K. (n.d.). *A Research on the Influence of Media Advertisements in the Purchasing Decisions of Generation Y in Penang Malaysia. 4531, 192–222.*

Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>*

Amir, M., & Ishak, A. A. R. (2019). *PENGARUH STRATEGI PROMOSI*

*TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA Tbk (ALFAMART) MAKASSAR. 1(1), 25–32.*

- Bawono, A., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN , BRAND IMAGE DAN SITUS BELANJA ONLINE ( Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ ). 2(2), 131–144.*
- Bawono, A., Isanawikrama, Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan, 2(2), 131–144.*
- Bojkovska, K., Joshevska, F., Velevska, A., Bojkovski, S., Ohridski-bitola, K., Sciences, T., Ohridski-bitola, K., & Ohridski-bitola, K. (2018). *MODERN ASPECTS OF MARKETING RESEARCH APPLICATION. XVII(3), 309–316.*
- Desy Irana Dewi Lubis. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 5(1), 15–24.*
- Dwi Agung Wicaksono, Hadi Sumarsono, A. S. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BATIK MUKTI. 3(1), 81–89.*
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2019). *PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG.*
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 1(1), 660–667.*
- Joesyiana, K. (2018). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU ( Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau ). 4(1).*
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modenisasi Global.* Alfabeta.
- Moh Abd Wahid Al jamil , N. Rachma, A. R. S. (2018). *PENGARUH FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Pengguna Smarphone Oppo Mahasiswa manajemen FEB Unisma 2015). 22.*
- Moh Abd Wahid Al jamil, N. R., & Slamet, A. R. (2015). *PENGARUH FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi*

*Kasus pada Pengguna Smartphone Oppo Mahasiswa manajemen FEB Unisma 2015) Oleh. 137–158.*

- Moniharapon, S., Lopian, J., & Lotulung, S. C. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WOM (WORD OF MOUTH) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE EVERCOSS PADA CV.TRISTAR JAYA GLOBALINDO MANADO. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Nafali, M., & Soepeno, D. (2016). ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN MIE INSTANMEREK INDOMIE. 4(4), 984–992.
- Nuha, A. L. D., & Sutopo. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, FITUR DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL PADA CV. MUNAWIR FURNITURE DI JEPARA Ahmad. *Diponegoro Journal of Management*, 4(4), 1–11. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-56706-8>
- Ogi, I. W. J. dkk. (2018). PENGARUH CITRA MEREK , FITUR DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( STUDI PADA PT . GEMILANG EMAS INDONESIA CABANG MANADO ) THE EFFECT OF BRAND IMAGE , FEATURES AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS ( STUDY IN PT . GEMILANG EMAS INDONESIA. 6(4).
- Oktaviani, N. (2018). PENGARUH DIFERENSIASI, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ACER (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UPI “YPTK” PADANG)”. 03(02), 253–262.
- Paputungan, P. R., Roring, F., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. 6(4), 3703–3712.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., Sartika, V., Ekonomi, F., & Prima, U. (2019). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOYJOY PT. AMERTA INDAH OTSUKA KOTA MEDAN. 5, 45–52.
- Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). PENGARUH PROMOSI DAN WORD OF MOUTH TERHADAP. IV(1), 937–952.
- Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (n.d.). ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK DAIHATSU (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang). 39(2), 105–111.
- Riyadi, A. F. W., & Hendro, dan E. S. (2017). PENGARUH GAYA HIDUP, PRESTISE DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN TAIWAN TEA HOUSE SEMARANG). 97–113.
- Sitompul, S. L. C. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA

*MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP MEREK ANGSA PADA PT KILANG KECAP ANGSA.* 3, 155–171.

Sungkar, N. F., & Budiatmo, A. (n.d.). *PENGARUH IKLAN, ATRIBUT PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.* 35–45.

Syamsul Bahri, H. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merek Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.* 6(September), 99–109.

Yulistiani, D. ., Rachma, N., & Hufron, M. (n.d.). *PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Dwiki.* 39–50.

Edbert, S., Tumbel, A., & Tumbuan, W. A. (2012). *Pengaruh Image, Harga, Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Manado.* *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1035–1044.

Eny Setyariningsih. (2019). *PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (E-COMMERCE) LAZADA DI KOTA MOJOKERTO.* 2, 150–164.

Joesyiana, K. (2018). *PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU ( Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau ).* 4(1).

Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic.* *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, ISSN : 2461-0593*, 5(3), 1–24.

Kalele, B., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. (2015). *PENGARUH WORD OF MOUTH , DAYA TARIK IKLAN , PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI MOTOR SUZUKI SATRIA FU PADA.* 3(3), 451–462.

Kelele, B., Sem, G. O., & Jacky, Sumarauw. (2015). *PENGARUH WORD OF MOUTH , DAYA TARIK IKLAN , PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI MOTOR SUZUKI SATRIA FU PADA.* 3(3), 451–462.

Makaleuw, M. M., Sumarauw, J. S. B., & Ogi, I. W. J. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado).* *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).

Moh Abd Wahid Al jamil, N. R., & Slamet, A. R. (2015). *PENGARUH FITUR*

*PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Pengguna Smartphone Oppo Mahasiswa manajemen FEB Unisma 2015) Oleh. 137–158.*

- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Balerang*, 3(1), 84–95.
- Nugraheni, R. D. (2013). PENGARUH KELAS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (Studi Pada Pembelian Rumah di PERUM PERUMNAS Cabang Mojokerto Lokasi Madiun) Ria. *Journal of Petrology*, 369(1), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nurdiyanto, A. D., & Malik, D. L. (2019). *PERAN EFEKTIVITAS IKLAN DALAM MEMEDIASI DAYA TARIK IKLAN DAN KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SPORT HONDA*. 10(1), 21–36.
- Octaviani, M. W., Indriani, Y., & Situmorang, S. (2014). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JUS BUAH SEGAR BANDAR LAMPUNG*. 2(2), 133–141.
- Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK DAIHATSU (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang)*. 39(2), 105–111.
- Riyadi, A. F. W., & Hendro, dan E. S. (2017). *PENGARUH GAYA HIDUP, PRESTISE DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN TAIWAN TEA HOUSE SEMARANG)*. 97–113.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Penerbit: Alfabeta (ed.)).
- Triwahyuni, N. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP OPPO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UN PGRI KEDIRI*. 0–16.