

Mouth atau dapat dikatakan pembicaraan dari mulut ke mulut agar penjualan tidak mengalami penurunan.

5. PT. United Tractors Tbk Kota Padang diharapkan dapat mengembalikan keinginan customer untuk membeli Excavator Komatsu
6. PT. United Tractors Tbk Kota Padang diharapkan dapat mengembalikan Kualitas Produk agar tidak terjadinya kekecewaan yang dialami para pembeli dan pencinta produk Komatsu
7. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperhatikan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian serta Minat Beli sebagai variabel Intervening diluar variabel Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* selain itu juga disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat diperdalam dan dilengkapi dengan kuosioner terbuka. Mengingat masih banyaknya keterbatasan dalam penelitian ini

## DAFTAR PUSTAKA

- 1Lucky Satrianda Emes, 2Devilia Sari, S.T., M. S. . (2019). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marka Coffee & Kitchen. *E- Porceding of Management*, 6(1), 1360–1365.
- A.A.G. Agung Hardi Wahyu D., bA. A. N. E. S. G. (2017). *Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Terhadap Word of Mouth Dengan Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Sebagai*. 2(2), 324–336.
- Adriel Jordan Anggono Sunarti. (2018). Pengaruh Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung ( Survei pada Pengunjung Wisata Paralayang , Kota Batu ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(3), 190–197.
- Allan Dwi I'sana, R. N. (2013). Analisis Pengaruh Display Produk , Promosi Below the Line , Dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Sriratu Departement Store. *Diponegoro Journal of Management*, 2(2), 72–79. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/9009>
- Arifin, K. A. H. Z., & Hidayat, K. (2016). pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian (survei terhadap mahasiswa peserta telkomsel apprentice program pembeli kartu simpati di grapari telkomsel malang). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/1450/1829>
- Assael dan kusumawati. (n.d.). pengaruh atribut produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian. *Serambi Konstruktivis*, 1, 15.
- Assauri. (2015). Pengaruh Kualitas Produk. *Ekonomi*.
- Ayuningtias dan Waluyo. (2017). pengaruh kualitas produk, citra merek dan

celebrity endorser terhadap keputusan pembelian. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4, 2019), 410.

Cepi Elpansyah<sup>1</sup>, Sahidillah Nurdin<sup>2</sup>, Y. S. R. 1. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Melalui Citra Perusahaan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Umroh PT Indojava Mulia Wisata. *Jurnal Sain Manajemen, Vol. 1 No. 1 Agustus 2019, 1(1)*, 85–95.

Dini Hidayah, I. (2020). Influence of Price , Product Quality , Location , Brand Image , and Word of Mouth on Purchasing Decisions at Bacarito Padang Cafe with Buy Interest as a Moderation Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research, 124(2018)*, 710–716.

Drs.Sofar Silaen, M. (2019). Uji Validitas. In *metodelogi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis* (p. 177).

Edwin Japarianto, S. A. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Intervening Variabel Pada E-Commerce Shope. 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35>

Ernst and Haar. (2019). The Effect of Product Quality and Service Quality on Multi Purpose Loan Credit ( KMG ) Customer Satisfaction of Customs in Bank Sumut of Iskandar Muda Branch. *INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH AND REVIEW*, 7(2 february 2020), 389.

Fandy Tjiptono, P. . (2019). *STRATEGI PRODUK*.

Faruk Anil Konuk. (2019). Journal of Retailing and Consumer Services The influence of perceived food quality , price fairness , perceived value and satisfaction on customers ' revisit and word-of-mouth intentions towards

organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(March), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005>

Fenny Yovina, M. E. S. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas , persepsi Harga, Keterlibatan, Loyalitas, Familiaritas Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Produk Private Label Pada Konsumen Carrefour Kiaracondong Bandung. *EProceedings of Management*, 3(2), 1986–1991. <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1924>

Gunawan, A. J. (2018). Role of Consumer Buying Interest as an Intervening Variable in Increasing Go-Jek Customer Satisfaction in Aceh , Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 292(Agc), 516–521.

Hahn. (2014). pengaruh atribut produk, word of mouth terhadap keputusan pembelian. *Ilmu Ekonomi*, 1, 15.

Kevin Christian, Steven Handoyo, Kelvin, Pikir Hondo, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rem Cakram dan Rem Tromol Motor Honda Matic Pada PT. MEGA ANUGERAH MANDIRI MEDAN. *Wahana Inovasi*, 8(2089–8592), 44–53.

Kiki Joesyiana. (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). *Valuta*, 4(1), 71–85.

Kotler dan Amstrong. (2016). pengaruh keputusan pembelian. *E-Journal Administrasi Bisnis*.

Kotler dan Keller. (2016). pengaruh word of mouth dan brand image terhadap keputusan pengguna jasa foto pada studio foto 4 warna photography kota kediri. *Ekonomi*, 2, 142.

Kristi E. N. Ginting, Agnes M. Simarmata, Yenny Silalahi, P. G. (2019). *pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT.Duta ayumas persada namorambe deli serdang*. 5(1), 53–60.

Kurnia, Muhammad Rifai, Djumali, I. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(1), 35.

Maghfiroh, 2018. (2018). No Title. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian*, 7, 414.

Mukhsin, R., Mappigau, P., Tenriawaru, A. N., & Kewirausahaan, O. (2017). PENGARUH Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Di Kota Makassar

The Effect of Entrepreneur ' s Orientation on the Survival of Small and Medium Enterprises of the Fishery Processing Groups in Makassar City Raudhah Mukhsin ISSN 2303-100X P. *Raudhah Mukhsin, Palmarudi Mappigau, Andi Nixia Tenriawaru* *Andi Nixia Tenriawaru*, 6(2), 188–193.

Nugroho. (2018). PENGARUH Atribut Produk dan Word Of Mouth terhadap

Keputusan Pembelian Buku Pada PT.Masmedia Buasa Pustaka Cabang Banda Aceh. *Serambi Konstruktivis*, 1, 16.

Nur A'mirah Hassan Basri, Roslina Ahmad, Faiz I. Anuar, K. A. I. (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>

Oktavia Rianti, H. W. O. (2017). Pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(8 AGUSTUS 2017), 1–19.

Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Rachbini. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4, 2019), 414.

Rawung dkk. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 7, 410.

Retry Nanda Tiara Dewi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli. 7(4), 409–423.

Rifqi Verdeski Alivia, T. I. W. (2019). pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen warunk upnormal buahbatu (studi kasus pada minat beli konsumen warunk upnormal buahbatu. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 1353–1359.

- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. (2016). pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman frestea. *Ilmiah ,Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4, 177.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kota Jember. *Jurnal.Unej.Ac.Id*, 94–101.
- Ruhamak, V. dan R. (2018). pengaruh word of mouth dan brand image terhadap keputusan penggunaan. *Ekonomi*, 2(1 juli 2019), 138.
- Sakti Riana Fatmaningrum, Susanto, & M. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. 4(1), 176–188.
- Sifatius Sholihah1 Eko Boedhi Santoso2. (2018). *pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi di martabak terang bulan “bahari” tunggulwulung malang)*. 394–397.
- Siti Lam'ah Nasution, 2Christine Herawati Limbong dan 3Denny Ammari Ramadhan Nasution. (2020). pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 7. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sri Wahyuni & Mervianna Ginting. (2017). The Impact of Product Quality , Price and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta. *Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 18–26.
- Sugeng Setyo Widodo. (2017). Jurnal Pengaruh Discount , Dipay Produk , dan

Lokasi Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko D ' Sport Kediri The effect of discounts , product displays , and store locations on purchasing decisions at the D ' sport Kediri Oleh : SUGENG SETYO WIDODO D. *Simki-Economic*, 01(01).

Sugiyono. (2015). metodologi penelitian. In *metodelogi penelitian*.

Sugiyono. (2016). metode pengumpulan data. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1 JULI 2019), 142.

Teuku Andi Roza, R. D. R. (2019). *pengaruh atribut produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian buku pada pt.masmedia buasa pustaka cabang banda aceh*. 1(4), 1–9. <https://doi.org/1037//0033-2909.I26.1.78>

Wicaksono. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 7, 411.

Wijaksana dan Alivia. (2019). Pengaruh Minat Beli. *E-Journal Administrasi Bisnis*.

Yeziga Enggar; Gandung Satriyono; Nursamsu. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Foto Pada Studio Foto 4 Warna Photography Kota Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 137. <ps://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.425>

Yuli Priyanti, Febsri Susanti, N. A. (2017). Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Dipasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan. *Jurnal Pundi*, 1(2), 87–96. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i2.17>



Yusuf, R. B., & Nilowardono, S. (2014). The effect of social media marketing, trust brand, and word of mouth on purchase decisions. *Journal of World Conference, 1(2)*, 267–273.