

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk*. 6(1), 94–105.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Bahtiar, A., & Rahardja, E. (2017). Pengaruh Brand Equity, Harga Dan Distribusi Terhadap keputusan Pembelian Vape. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Budiwati, H. (2012). Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap. *Jurnal WIGA*, 2(2), 29–44.
- 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.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, V(1), 61–75.
- 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>

- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06, 37–43.
- Hayati, I., Helmi, R., & Wuryanta, E. W. (2020). Rokok Elektronik Dan Silang Sengkarut Komunikasi. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1), 121. <https://doi.org/10.32509/wacana.v19i1.1036>
- Hidayati, H. A., Suharyono, & Kumadji, S. (2020). Faktor - Faktor Yang Membentuk Komunikasi Word of Mouth dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Ketan Legenda Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 8.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6(2), 16–25.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- 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.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765.

<https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>

Maulida, R. F., & Sari, N. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Good Corporate Governance Dan Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(1), 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v3i1.510>

Nugraha, G. A., Baidi, B., & Bakri, S. (2021). Transformasi Manajemen Fasilitas Pendidikan Pada Era Disrupsi Teknologi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 860–868. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2621>

Oktavianto, Y. (2014). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Mie Ayam Pak Agus Di Kota Batu. *Manajemen Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.22219/jmb.v3i1.1715>

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>

Permadi et al. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang) - Neliti. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 10 No. 1*, 10(1), 6–7. <https://www.neliti.com/publications/82184/pengaruh-citra-merek-terhadap-word-of-mouth-dan-keputusan-pembelian-survei-pada>

Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>

Putra, A. E., & Budiono, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan di Es Teh Indonesia Bintaro. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 137–149. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1874>

- Rachman, A. (2021). *Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vape Di Bandar Lampung* [Repository Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya]. <http://repo.darmajaya.ac.id/7216/>
- Saputra, G. W. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>
- Satriyo, R. (2019). Hubungan Antara Sikap Penggunaan Terhadap Niatan Penggunaan Pada Konsumen Ovo Di Kota Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6, 5–29. https://repository.um-surabaya.ac.id/3742/3/BAB_II.pdf
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Setiawan, R. A., Askolan, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 6(2), 188. <https://doi.org/10.22441/jdm.v6i2.21900>
- 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>
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Swastha, B. (2008). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty*, Yogyakarta.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Sya'idah, E. H., & Jauhari, T. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 3 No.1.

Tanjaya, S. C., Maneke, L., & Tawas, H. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 4935–4944. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/25701>

Wati, V. N. K. (2023). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), WOM (Word Of Mouth) dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(4), 33–47.

Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1, 910–918.

Yoher, R. A., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Product Quality, Brand Equity dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Obat Nyamuk Merek VAPE di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(2), 674. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i02.p05>