

DAFTAR PUSTAKA

- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (2020). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen mebel madina di kota banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 9(2).
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Budiono, A. (2020). Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi Pengaruh *Word of Mouth*, Harga, Promosi, Dan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. 17, 2. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02>
- Caroline, C. (2020). Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Tableware pada PT. Saint James Sales (Doctoral dissertation, kodeuniversitas 041060# Universitas Buddhi Dharma).
- Destamar, D. L., Aryani, L., & Pusporini, P. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Gojek Fitur GoFood. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1744–1758.
- Dewi, N. N. K. A., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan *Word of Mouth* Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali AluS. *E-Jurnal Manajemen Udayana*, 6(10), 5580–5606.
- Dzian, M., Triznova, M., Kaputa, V., & Supin, M. (2015). The Analysis of *Word of Mouth* in Slovak Republic and Impact of *Word of Mouth* on Consumers' Purchasing Decision. *Procedia Economics and Finance*, 26(January), 975–981. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00919-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00919-3).
- Gautama, B., Maretaniandini, S. T., & Purwanto, D. (2023). Trade-Off Ekstensifikasi Cukai Atas Gula: Analisis Dampak Perekonomian: Indonesia. *MUC Tax Journal*, 1(2), 107-124.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)* (Ed. 4). Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Undip.
- Giri, I. G. . D., & Jatra, I. . (2015). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(11), 255278.
- Hahn. (2012). *Perilaku Konsumen*. Indeks Gramedia.
- Herawati, Prajanti, S. D. W., & Kardoyo. (2019). Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality, and Price through Purchase Motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1–11.
- Jubaedah, J., Desmintari, D., Setiadi, I. K., Manggabarani, A. S., Wikantari, M. A., & Praptiningsih, P. (2023). PKM Dosen Penerapan Strategi Marketing Melalui Analisis Dara Penjualan UMKM di DKI Jakarta. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 3(3), 732-740.
- Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75-81.
- Juniantoko, A. D., & Supriono. (2017). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Waroeng Latte dan The Cemiland di Kota Madiun). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 53(2), 11–18.
- Khadka, K., & Maharhan, S. (2017). Value, satisfaction and customer loyalty. *Journal of Interactive Marketing*, 1(3), 21–36. <https://doi.org/10.4337/9781781955970.00008>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *A Frame Work For Marketing Management* (Ed. 6). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Mangement*. Pearson Edition Limited.
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN,

- Musholikhah, Wayan Eka Mitariani, N., & Gusti Ayu Imbayani, I. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Tableware pada CV. Indo Piranti Mulia.
- Nadhifah, N. (n.d.). Analisis Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Citra Kreasi Makmur.
- Nasution, H. H., & Nobelson, N. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Media Sosial Instagram, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hito Coffee Bekasi. *Veteran Economics, Management & Accounting Review*, 1(1).
- Nofitasari, D. R. (2019). *Word of Mouth* Dan Kualitas Produk Tupperware Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Distributor Anna Tupperware Perum OKAZ Mansion Ponorogo).
- Noor, J. (2014). Analisis Data Peneliti Ekonomi & Manajemen (2nd ed.). PT Grasindo.
- Nugraha, M. R. (2013). Analisa Pengaruh Electronic Word-of Mouth, Argument Quality, Message Source Credibility Terhadap kepuasan pelanggan dan Dampaknya Pada Purchase Intention. Jakarta : Binus University.
- Nurvidiana, R., Hidayat, K., & Abdillah, Y. (2015). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg.XI Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 1–8.
- Oliviana, M., Mananeke, L., & Mintardjo, C. (2017). Pengaruh kepuasan pelanggan Dan *Word of Mouth* (*Word of Mouth*) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rm.Dahsyat Wanea. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1081–1092. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16065>
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability (Switzerland)*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/su11041113>

- Pemayun, T. I. D. P., & Ekawati, N. W. (2016). Pengaruh Promosi, Atmosfer Gerai, Dan Merchandise Terhadap Pembelian Impulsif Pada Hardy'S Mall Gatsu Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4132–4160.
- Permadi, P. C., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh citra merek terhadap *Word of Mouth* dan keputusan pembelian (Survei pada konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran *Word of Mouth* Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Pratiwi, Y. R. (2017). Pengaruh *Word of Mouth* Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe Pekanbaru. Jom Fisip.
- Puspasari, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap *Word of Mouth* Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1737–1748.
- Puspita, D., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Charles & Keith di Tunjungan Plaza Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 34(1), 79–85.
- Putri, G. E. (2021). Faktor-Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui E-Commerce. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).
- Rachman, M. D., & Cahaya, Y. F. (2015). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone (iPhone). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 145-160.
- Rachman, R., & Abadi, T. W. (2017). Komunikasi *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. *ASPIKOM*.
- Randi, F. (2017). Studi Deskriptif Kepuasan Pelanggan Shopa Room Boutique Di Surabaya. 5(1).
- Ratanavilaikul, B. (2018). Customer Perceived Value, Satisfaction, & Behavioral Intentions in The Logistic Industry. *Assumption University*, 10(2), 63–71.

- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2017). Pengaruh *Word of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 4585–4594. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18675>
- Restupura, M. D. P., & Rahanatha, G. B. (2020). Promosi Penjualan, Store Atmosphere, Dan kepuasan pelanggan Berpengaruh Terhadap Repurchase Intention. *EJurnal Manajemen*, 9(8), 3019–3039. <https://doi.org/10.11428/jhej1987.42.191>
- Ruhamak, M. D., & Rahayu, B. (2016). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap purchase intention melalui kepuasan pelanggan pada Lembaga kursus Bahasa Inggris Dynamic English Course Pare. *Ekonika: Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 1(2).
- Salsabila, L. H. (2023). Analisis *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian PT. Depot Air Minum Isi Ulang Kreasi Indonesia Pasca Pandemi Covid 19 (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Santosa, A. D., & Moeins, A. (2020). Partial Least Square 2 Dalam Penelitian Empirik. Kepel Press.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, *Word of Mouth*, dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Satrio, J., Jati, S. P., & Suryawati, C. (2019). Evaluasi Minat Pemanfaatan Program Ambulance Hebat (Si Cepat) Semarang Pada Bidan Praktek Mandiri Tahun 2018. Universitas Diponegoro.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get. People Talking*. New York: Kaplan Inc.
- Setiadi, N. J. (2019). Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif , Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Revisi Januari 2010).
- Sudaryana, A. (2017). Analisis Pengaruh Dimensi Komunikasi *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Marko Milk and Coffee, Kadipiro Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 14(2).

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Ed.27) Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujani. (2017). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Belanja di Indomaret*.
- Suryani, Tatik (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Edisi Pertama*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67-86.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan* (1st ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan : Konsep, Pengukuran, dan Strategi* (Ed.1). ANDI.
- Tripayana, S., & Pramono, J. (2020). Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *Jemap*, 2(2), 182.
- Uddin, M. B. (2019). Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh. *British Food Journal*, 121(11), 2791–2808. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2019-0140>
- Windasuri, S. (2017). *Excellent Service*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Zhong, Y., & Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in China? Perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods*, 9(4), 46