

DAFTAR RUJUKAN

- Andini, P. N., dan Lestari, M. T. 2021. Pengaruh Brand Ambassador dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. E-Proceeding of Management. ISSN: 2355-9357. Vol. 8, No. 2
- Anggaraini, dkk. 2020. Pengaruh Kelompok Referensi Media Sosial, dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Milenial. Jurnal Ekonomiak. Vol. 6 No.3 Desember 2020.
- Arianty, dan Andira. 2021. Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen. Vol 4. No 1.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Aryantilandi, Seira dkk. 2020. Analisis *Word of mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Sukabumi. Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara. Vol. 3 No. 1. Tahun 2020.
- Elny, dkk. 2021. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Indomarco Priamatama Cabang Medan. Wahana Inovasi Vol 10, No 1. Tahun 2021.
- Ferdinand, Augusty. 2011. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi 3. Semarang: BP. Undip.
- Finanda, dan Wiwaha. 2017. Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Miloff Beauty Bar. Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika. Vol. 1, No. 2 Oktober 2017
- Fitrori, Ilham. 2018. Pengaruh Citra Merek, *Word of mouth*, Promosi, Harga, Kualitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Indihome. E-Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 7, Nomor 9, September 2018.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (edisi 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair *et al.* 2016. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*: Sage Publications.
- Harahap dan Wahyu, H. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol. 7 No. 3 Hal 107-115
- Hasan, dan Ali. 2010. Marketing dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth Marketing*). Media pressindo. Yogyakarta.

- Herdiana dan Alamsyah 2017. Country of Origin Dan Citra Merek Upaya Meningkatkan Minat Beli konsumen inspirasi bisnis dan Manajemen Lembaga Penelitian Universitas Swadaya gunung jati vol 1, No 1 hlm 32-44
- Human, L., Arifin Dkk. Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Association*, *Brand Image*, *Brand Trust*, *Price* dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneaker Merek Vans Di Infusionstore Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. 10 (13), 2021.
- Jasmani, dkk, 2020, *The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang*. *Pinisi DiscretionReview* Vol 3, Issue 2, March, 2020
- Joesyiana, 2018, Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekan Baru. *Jurnal Valuta* Vol. 4 No. 1 April 2018.
- Kotler, dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi 13, terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, P., and Keller K.L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Practice Hall, Inc.
- Kotler, dan Armstrong. 2017. *Marketing Management*. Edisi 16 Global Edition. Pearson.
- Lestari. 2019. Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambalado di Setu Cimuning.
- Lukiana. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa Indihome di Lumajang. *Global*. Vol 02, No. 02. Tahun 2018
- Maisam, dan Mahsa. 2016. Positive *word of mouth* marketing: explaining the role of value congruity and brand love. *Journal of competitiveness*. 8(1), (19-37).
- Marantika, W. Dan Sarsono. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, *Word of mouth*, dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Pengunjung Toko Amigo Pedan. *Jurnal Maksipreneur*. Vol. 10 No. 1.
- Marlius, D. 2017. Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada Pt Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*, 1(1).
- Masrin, I. 2019. Dampak Promosi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9.

- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. 2017. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung CV Pustaka Setia.
- Nadhril Adabi, 2020, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen – Vol. 12 (1) 2020*, 32-39.
- Nisa, Nur Rohmatun, Dkk. 2019. Pengaruh *Brand Image* dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen GrabCar Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang). *Jiagabi*. Vol. 8, No. 1, Januari 2019 (Hal. 59-66).
- Nugroho, dkk. 2018. pengaruh atribut produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian jurnal administrasi bisnis (JAB). 55 (1), Hal. 125-131
- Paramasthin, dkk. 2019. Pengeruh *Word of mouth* Terhadap Niat Beli Yang Dimediasi *Brand Image* Pada Escalier Bali. Universitas Dhiana Pura Bali
- Priansa, Donni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Priansa, Donni (2017) Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer Bandung: Alfabeta.
- Purnama, D.R. 2019. Pengaruh Citra Merek, *Word of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Wakul Suroboyo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 8, Nomor 5. 2019.
- Qomariah, Nurul. 2019. Pengaruh *Word of mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran *Running Korean Street Food* di Mall Plaza Mulia Samarinda. *E-journal Administrasi Bisnis*, Volume 7, Nomor 4, 2019
- Ramdani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promo dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Handphone. 1 (2), 36-46.
- Rizqillah, M. Dan Kurniawan, P. H. 2020. Pengaruh Promosi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Core IT*. E-ISSN: 2548-3528 P-ISSN: 2339-1766. Vol. 10, No. 10.
- Rozika, dkk. 2021, Analisis *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Indihome pada Pt Telkom Kandatel Metro Tahun 2021 (Studi Kasus Pada Pengguna Indihome di Kota Metro) *e-Proceeding Of Applied Science* : Vol.7, No.4 Agustus 2021
- Siregar, August Halomoan. 2019. Pengaruh Trus dan Satisfaction terhadap Costumer Loyalty di era E-commerce pada toko Cheire Amore. *Jurnal Ilmiah Smart*. ISSN 2549-5836. Vol III. No. 1 Hal 1-10.

- Sitompul, S. S. 2019 model analisis pengaruh Citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Xiaomi smartphone. 2. (332-334)
- Sudirman. (2019). *'The Effect Of Branding, Product Quality, And Reference Grup On Purchasing Decisions Trought Promotions Intervention Variables (Case Study Of Samsung At Meteor Caall Store Malang)'*. Jurnal Magister Manajemen.Iv.
- Sugiyanto, dan Widagdo. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, *Word of mouth*, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Laptop Merek Acerdi Kota Palembang. Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen. Vol. 2 No. 2 April 2021.
- Sugiyono, P.D. (2016) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, CV.
- Sugiyono, 2017. Metode penelitin kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tampinongkol, dan Mandagie. 2018. Analisis pengaruh *Word of mouth*, kualitas produk dan *brand image* Terhadap Keputusan Pembelian sepatu converse di manadotownsqure. Jurnal EMBA. Vol. 6, No. 4 september 2018
- Tirtaatmaja, D.I. 2019. Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt Hasjrat Abadi Tendeand Manado: Jurnal Administrasi Bisnis,9.
- Tjiptono, dan Chandra, G. 2017. Pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Top Brand. 2018. "Top Brand Index IndiHome". https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=IndiHome (diakses pada tanggal 1 September 2021).
- Triyono dan Susanti. 2021. Pengaruh *Word of mouth*, *Healthydan Braand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 3 Juni 2021.
- Wibowo, E, dan Setyaningsih. 2021. Pengaruh *Word of mouth* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi (Survey pada Konsumen Mie Gacoan Surakarta). Jurnal Ekonomi dan Perbankan. Vol 1, No 1. 2021.
- Yudhanto, Y. 2018. *Information Technology Business Start-Up Ilmu Dasar Merintis Start-up Berbasis Teknologi Informasi untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.