

DAFTAR PUSTAKA

- Adhar Wiranto, Moh.2022. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor
- Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. Free Press.
- Budiman, dkk.2023. Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok GG Mild Pada PT Gudang Garam Garut. *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management* Vol. 02; No. 02
- Fadilah, Isnaini Nur. 2020. Pengaruh Brand Image, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Novie Jepara. Fakultas Ekonomi. Program studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus. Kudus
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek (planning & strategy). Pasuruan: Penerbit Qiara Media
- Gunawan, C., Alzena A dan Kurniawan R. 2020. The Effect of WoM (Word of Mouth) and Brand Image on the Purchase Decision(Study of Online Transportation Services Gojek in Sukabumi). *PJAEE*,17 (4).
- Habir, H., Zahara Z., dan Farid. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. Volume 4, No3
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut Ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.32
- Joesyiana, K. 2018. Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Valuta*. Volume 4, No.1.
- Hastuti H, dkk.2018. Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Fakultas Ekonomi. Program Studi S1 Manajemen Universitas Tadulako*.
- Keller, K. L. (2007). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson/Prentice Hall.
- Keller, K. L & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity*. New York: Pearson
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Mahbubiy, Khanif. 2016. Pengaruh Word of Mouth, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk

Smartphone Xiaomi di Kota Malang). Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Malang.

Kotler, P dan Amstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kumolohadi, R. (2001). Tingkat Stres Dosen Perempuan UIN Ditinjau dari Dukungan Suami. Jurnal Psikologika. No.12.
Diunduh dari: <http://journal.uin.ac.id/Psikologika/article/view/8391>

Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). *Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase*. Jurnal Informatika Universitas Pamulang, 5(2).

Nuriyah S, Suriyanto, muh. A.2022. Pengaruh Citra Toko, Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Bening Bungah. Jurnal Manajemen Bisnis dan Terapan. Volume 2, No 1.

Nur Irawan, Rizal.2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya.Fakultas Ekonomi.Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan

Nisa, Khairun.2022. Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa TanjungDuren Jakarta).Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Volume 4, No 1.

Nurchayyo H. Brian, dan I. Khasanah.2016. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Taman Joglo Cafe Semarang).Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro.

Nourma W, dkk.2019. Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus di UN Production).Fakultas Ekonomi.Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya

Philip Kotler, 2012. Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Edisi ke 11, Jilid 1, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Restu A. Eka.2022.Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Aice di Kota Amlapura.Fakultas Ekonomi.Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha

Reni Ernawati, dkk.2021. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta.Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

- Reingen, P., H., and Walker, B., A., 2001, CrossUnit Competition for a Market Charter: The Enduring Influence of Structure, *Journal of Marketing*, Vol. 65, pp. 29-31.
- Saifudin, S., & Kusumawati, D. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah. *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 6(01), 1-13.
- Sudharto, dkk.2020. Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image, dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Emina Cosmetics di Kota Semarang. Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro
- Wardhana, Aditya.2022.Brand Marketing: The Art Of Branding.Reseachgate
- Wardhana, Aditya, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*.Bandung: Media Sains Indonesia
- Widiartanto dan Novita F.2018.PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA MIO (Studi pada Konsumen yang Membeli Yamaha Mio di PT. Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
- Wijayanti, Ratih Ika.2023. Berapa Jumlah Gerai Mixue di Indonesia? Franchise Es Krim yang Kini Menjamur.Milenomic.IDXChannel. Terdapat pada : <https://www.idxchannel.com/milenomic/berapa-jumlah-gerai-mixue-di-indonesia-franchise-es-krim-yang-kini-menjamur> (Diakses tanggal 20 Oktober 2023)
- Willy, Loisa R., dan Aulia S. 2021. Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian La Madame Florist. *Plorogia*. Volume 5, No.1.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.