

DAFTAR RUJUKAN

- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SERUM HANASUI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2823–2841. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.906>
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328–340.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Amin, M. Al, & Junianti, D. (2017). *KLASIFIKASI KELOMPOK UMUR MANUSIA BERDASARKAN ANALISIS DIMENSI FRAKTAL BOX COUNTING DARI CITRA WAJAH DENGAN DETEKSI TEPI CANNY*. 2(6).
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Mererek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 14–25.
- Arfah, Y. (2022). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK*. PT Inovasin Pratama Internasional.
- Azizy, F., & Hidayat, R. S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Mixue Ice Cream and Tea Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan Periode Maret-Juni 2023)*. 1, 16–26.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacs Malang. *JISOS (Jurnal Ilmu Sosial)*, 1(2), 85–104. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2915241&val=25614&title=PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKKEBI SNACKS MALANG>
- Bakti, U., Hairudin, & Setiawan, R. (2021). PENGARUH HARGA, PERSONAL SELLING, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR PADA DEALER PT. YAMAHA PUTERA LANGKAPURA. *Jurnal Cakrawala Indonesia*, 4(2), 307–316.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek Dan Word Of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. CV. Jakad Publishing.

https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=riAzEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=bancin&ots=Vk-N6uQY4Z&sig=E5zUu_yOG4VO3J6cQOT20AkQ5fM

- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling*. Modern Methodes for Business Research.
- Dewi, N. L. A. T., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Basf Di UD. Trisna. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 580–589.
- Dewi, N. P. P. S., & Sujana, I. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hers Protex. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(2), 321–329. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i2.92733>
- Diarta, I. M. S., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus di Kota Tabanan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 268–275. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v13i2.32703>
- Ependi, W. A., & Realize, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Pesan Iklan, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Marina. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(1), 393–411. <https://doi.org/10.52859/jbm.v12i1.377>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS. Cetakan Keempat*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 26. Edisi 10*. Badan Penerbit Unversetas Diponegoro.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=O2BIEAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10.
- Kotler, P. (2005a). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005b). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2*. PT Indeks

Kelompok Gramedia.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. PT Indeks Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran : Vol. Jilid 1 & 2 (12th ed.)*. PT. Indeks.
- Mubarok, M. S., Fadhilah, N., & Fahim, A. (2024). Pengaruh Sertifikasi Label Halal , Kebutuhan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(3), 233–239.
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & Bharata, W. (2021). Pengaruh Wom (Word of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Minum Samarinda *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 61–72.
- Pratasik, R. K., & Putra, K. E. S. (2025). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Terrazzo Bali Victory Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 432–442.
- Puspaningrum, R., & Nurtantiono, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Batik Danii Gaya Collection. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(2), 180–188.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Riau). *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 1–12. [http://eprints.upnyk.ac.id/23916/1/BUKU ABDUL GHOFAR Perspektif Manajemen.pdf%0Ahttp://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFKIP/article/view/9535](http://eprints.upnyk.ac.id/23916/1/BUKU_ABDUL_GHOFAR_Perspektif_Manajemen.pdf%0Ahttp://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFKIP/article/view/9535)
- Rohman, S., & Fadilla, A. (2024). Pengaruh Persepsi Label Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Mixue Kondangjaya Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(April), 1134–1144.
- Rumawung, V., Tumbel, T. M., & Panuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Transmart Kairagi. *Productivity*, 2(5), 433–438.
- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 82–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.35130/31h4v492>

- Sarah, E. M., & Purba, R. R. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Produk Minuman Bear Brand Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal TEKESNOS*, 3(1), 210–214. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/tekesnos/article/view/2269>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior, Seventh Edition*. Prentice Hall.
- Sholeh, B., & Wusko, A. U. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen MIXUE ICE CREAM & TEA (Survei Pada Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Pandaan). *ATRBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 190–200.
- Solekhah, R., Syaifulloh, M., & Kristiana, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth (WOM) Atau Testimoni Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Tia Sprei. *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(3), 78–90. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i3.83>
- Sopingi, I., Santoso, R. P., & Haryanti, P. (2023). Kualitas Produk Dan Harga Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Labelisasi Halal. *Prosiding Seminar Nasional Sains, Teknologi, Ekonomi, Pendidikan Dan Keagamaan (SAINSTEKNOPAK)*, 7, 85–93. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/SAINSTEKNOPAK/article/view/4967/2224>
- Sugiono. (2018). *METODE PENELITIAN BISNIS (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Alfabeta.
- Supraeni, N. L., & Suwendra, I. W. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Fashion Secara Online pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 279–287. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i2.68704>
- Susilo, D., & Chen, L. H. (2023). Digital Marketing Model of Indomie Ice Cream'S Viral Marketing. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(5), 1397–1410. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i5.760>
- Suwardi, S., & Berliana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 19–28. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*. ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. CV. ANDI.
- Widiana, I. G. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mixue Di

Kintamani. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(2), 24–33.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i2.78216>

Widiartha, K. S., & Suparna, G. (2021). The Role of Brand Image to Mediate the Influence of Product Quality and Price on Repurchase Intentions During Covid-19 Pandemic (Case Study on Consumers of Warung Mina in Denpasar City). *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(7), 1–07.
<https://doi.org/10.9790/487X-2307030107>

Wijaya, A. S., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Ika Shop di Jembrana. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 134–144.

Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>

Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>

