

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, K. Y., & Wardana, I. M. (2017). Peran *Brand Equity* Dalam Memediasi Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap *Purchase intention*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6 (2), 830-856.

Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 11–24

Arianty, N. 2014. Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak (*Lay Out*) dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(1).

Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2), 215-221.

Aryandi, J., dan Onsardi, O. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1): 117-127.

Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

Dwiyana, Mettasari. (2019). Pengaruh Iklan, Word of Mouth dan Price Conciousness Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online di Shopee. 8(5), 55.

Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.

Firmansyah, S., & Setiyarini, T. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan UD. Jaya Abadi Di Sampang. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(2). Grafindo Persada: Jakarta.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

<https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/ekspor-besi-dan-baja-indonesia-meningkat-pada-2022> diakses pada 25 November 2023 pukul 15:00



<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1699/1400/> diakses pada 1 Juni 2023 pukul 00:12.

<https://jurnal.unpal.ac.id/index.php/jm/article/view/348/295> diakses pada 2 Juni 2023 pukul 20:30.

<https://jurnal.unpal.ac.id/index.php/jm/article/view/348/295> diakses pada 2 Juni 2023 pukul 20:30.

<https://runsystem.id/id/blog/indikator-kualitas-produk/> diakses pada 06 Juni 2023 pukul 21:50.

<https://runsystem.id/id/blog/indikator-kualitas-produk/> diakses pada 06 Juni 2023 pukul 21:50.

<http://serupa.id/kualitas-pelayanan-pengertian-indikator-dimensi-faktor-prinsip/> diakses pada 2 Juni 2023 pukul 21:30.

Shua, D., dan Padmalia, M., 2017, Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

Amir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja.

Khatami, R. M., Listiawati, L., Kenedi, K. (2023). Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Dagang Rabindo Tama. *Indonesian Journal of Thousand Literacies*, 1(2), 165-170.

Kotler, P., 2001, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Jakarta : PT. Prehallindo

_____, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas Jidil I dan II Indeks. Jakarta.

_____, dan Armstrong, G., 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P., dan Keller K, L., 2012, *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas*. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga

_____, 2016, *Marketing Management*. Evanston: England: Pearson Education Limited

_____, dan Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited

_____, 2017. *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc





- _____, dan Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Alih bahasa: Bob Sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- _____, dan Armstong 2018, *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- _____. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Maghfiroh, Kuni., 2019, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen serta Implikasinya pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi, *Business Management Analisis Journal BMAJ*, 2 (2), 14.
- Manendra; I. K. A., Pertama; I. G. A. W., dan Idawati; I. A. A. 2022. Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada CV. Lagas Jaya Badung. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 4(2),
- Manendra; I. K. A., Pertama; I. G. A. W., dan Idawati; I. A. A. 2022. Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada CV. Lagas Jaya Badung. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 4(2), 103-111.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Marius, D., dan Darma, K. P. K. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Oppo Pada Toko Faiqah Ponsel Di Ujung Air, Kecamatan Sutera, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. *Jurnal Economina*, 2(1), 15-27.
- Mettasari, D. 2019. Pengaruh Iklan, *World of Mouth* dan Price Consciousness Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online di Shopee. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Dharma Sanata Yogyakarta.
- Ningsi, W. P. W., dan Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word OfMouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS *Glow*. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50-57.
- Polla; F. C., Mananeke; L., dan Taroreh; R. N. 2018, Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan SEA, *Jurnal EMBA*, 6 (4), 3075.
- Priansa, D. J., 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pusaka Setia.
- Rahayu, P., 2014, Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen produk Smartfren Andromax (studi pada mahasiswa kampus

ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1).

Samsul, Ramli. 2013. *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa*

Saputra, G. W., dan Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh *digital marketing*, *word of mouth*, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Doctoral dissertation, *Udayana University*).

Opiah, dan Sangadji, E. M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Mugiyono, 2015. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*, Bandung: Alfabeta.

_____, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta.

_____, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

_____, 2019. *Statistika Untuk Penelitian*, CV Alfabeta, Bandung.

Suryajaya, I., dan Sienatra, K. B., 2020, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk *Wear It*, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis PERFORMA*, 5 (3).

Sutisna, 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung

Hjintono, F. 2018, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi

_____. dan Chandra, G., 2016. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 4, ANDI, Yogyakarta

_____. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

_____. 2017, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.

_____. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta. Andy.

_____. 2020. *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi.

_____. 2020. *Pemasaran Strategik Dominan, Determinan, Dinamika*. Yogyakarta: ANDI.

Triyani, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Makanan Dan Hygiene Sanitasi Terhadap Kepuasan Tamu Di Anggrek Restaurant Grand Arkenso Park View Hotel Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 6(2), 117-123.

