

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2010. *Word Of Mouth Marketing*. Jakarta: Medpress
- Apriyandani, H., Yulianto, E., & Sunarti. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(2), 180–189
- Ardelia, A., & Supriono, S. (2017). Pengaruh Brand Credibility dan Brand Prestige terhadap Persepsi Kualitas dan Minat Beli (Survei pada konsumen kosmetik merek Chanel). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(3), 9–18
- Arifyantama, R. M., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Reference Group, Variety Seeking dan Price terhadap Perilaku Brand Switching (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung Beralih ke Merk Lain di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3(5), 1009–1019. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rienika Cipta
- Debora, R., Sulistyowati, L., & Musfar, T. (2014). Pengaruh Keluarga dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kosmetika Khusus Pria Merek Garnier Men (Studi Kasus di Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 1(2), 1–11
- Dian, N. F., & Artanti, Y. (2013). Pengaruh Kelompok Acuan dan Atmosfir Restoran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1, 414–427
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(3), 335–369
- Dini Anindya Julianti, A. J. (2020). View of Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Jurnal Prologin*, 4, 75-81
- Ekonomi, F., & Harapan, U. P. (2019). Pengaruh Brand Credibility terhadap Word Of Mouth melalui Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Toko Sarinande Cilegon. *Wiley Interpretation and Application of IFRS Standards*, 4(4), 721–748. <https://doi.org/10.1002/9781119579748.ch25>
- Fadila, Imam Nur, Aini Kusniawati, & Mukhtamar Abdul Kader. (2020). Pengaruh Reference Group dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Merek Pocari Sweat di Toserba Gunasalma Kawali). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 4(1)

- Indayani, L. (2016). Pengaruh Reference Group Dan Brand Awareness Terhadap Buying Interest Smartphone Pada Galery Erafone (Giant Suncity Sidoarjo). *Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Call For Papers*, 2528-3812
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi Sembilan. Buku 2. Jakarta : Salemba Empat
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2001. *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta : AMP YKPN
- Kurniawan, Ryan, & Matahari, Riki. (2022). Pengaruh service quality dan reference group terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja di Lotte Mart. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 3826–3833. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1558>
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Jakarta : Salemba
- Made Febri Purnama Sari, D., & Gede Sri Dwiya, K. (2018). Strategi Digital Marketing, Word of Mouth (Wom), Service Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek. *Journal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(2), 188–198
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi. Bandung : Refika Aditama
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Oktaviani.J. (2016). The Influence of Word of Mouth Communication Towards Brand Image of Iphone on Student of Political Science and Social Science Faculty University of Riau. *JOM FISIP*, 3(1), 51
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 280. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150206.id>
- R, R. Z. dan N. R. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung.

- Jurnal Lontar*, 6(1), 43–57. <https://doi.org/10.7868/s0869565218050249>
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(November), 1–13
- Sari, F. P. dan T. Y. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(2461–5093)
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2007. *Statistika Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi Offset
- Utami, P., Ma'aruf, J. j ., & Utami, S. (2017). Brand Origin, Brand Credibility, Self-Image Congruence. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, 8(3), 71–94
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M.,(2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058–2067
- Yakin, M, F. A. (2016). Jurnal Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita Di Pasar Pagi Samarinda. *Ekonomia*, 3–14