

DAFTAR PUSTAKA

- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21–33. <https://doi.org/10.32795/Widyamanajemen.V4i1.1878>
- Berger, J. A., & Iyengar, R. (2013). Communication Channels And Word Of Mouth: How The Medium Shapes The Message. *Journal Of Consumer Research*, 40, 567–579. <https://api.semanticscholar.org/Corpusid:19440998>
- Cooper, D. R., & Emory, C. W. (1996). *Metode Penelitian Bisnis (Kelima)*. Erlangga.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2012). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.
- Fata, K. (2015). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Fitur Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek Handphone Samsung Di Banda Aceh. *Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 10(3), 131. <http://aceh.tribunnews.com/>,
- Ghozali, Imam, & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart Pls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Bp Undip.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-Wom Scale: Word-Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context. *Canadian Journal Of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences De L'administration*, 27(1), 5–23. <https://doi.org/10.1002/Cjas.129>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In Vectors. *International Journal Of Pharmaceutics*, 417(1–2), 280–290. <https://doi.org/10.1016/J.Ijpharm.2011.02.019>
- Handoko, H., & Dharmmesta, B. S. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* (Bpfe (Ed.)).
- Hughes. (2015). *Buzz Marketing*. Elex Media Computindo.
- 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, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *Marketing Management*. 756.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Principles Of Marketing Kotler 14th Edition Pearson. *Pearson Education Limited, Essex, England*.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1079. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/Emba/Article/View/35296/33013>
- Mutannisa, I., Nasution, U. H., & Zulkarnain, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Jual Furniture Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Terusan Indah Perkasa

- Di Komplek Perumahan Citraland Bagya City Kab. Deli Serdang. *Journal Economic Management And Business*, 1(1), 45–54. <https://doi.org/10.46576/V1i1.2137>
- Prasada, I. P. E. A., & Ekawati, N. W. (2018). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5284. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V07.I10.P04>
- Samudro, A., & Hamdan, H. (2021). The Effect Of E-Wom, Security And Trust On Purchasing Decisions Of Green Lake City Housing. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 312. <https://doi.org/10.22441/Jimb.V7i3.11567>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen. Pt. Indeks*.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, *Issn: 2252-6226*, 5(2), 128–147.
- Sheehan, J. J. (Diarmuid). (2013). Milk Quality And Cheese Diversification. *Irish Journal Of Agricultural And Food Research*, 52(2), 243–253. <http://www.jstor.org/stable/23631035>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Iii*. Cv. Andi Offset.
- Yuen, E. F. T., & Chan, S. S. L. (2010). The Effect Of Retail Service Quality And Product Quality On Customer Loyalty. *Journal Of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 17(3–4), 222–240. <https://doi.org/10.1057/Dbm.2010.13>