

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. (2014). Impact of Word of Mouth on Consumer Buying Decision. *European Journal of Business and Management*, 6(31).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktik Riset Komunikasi Pemasaran terpadu*. UB Press.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Fure, F., Lapian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.Co Manado. *Jurnal EMBA*, 3(1), 367–377.
- Ghaizani, A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh Country of Origin Terhadap Brand Image dan Dampaknya bagi Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Skin Care Etude House di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 110–118.
- Gozhali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit-Undip.
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Ejournal Stiedewantara*, 12(1), 1–8.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. Pearson Education Limited.

- Khairani, R., Laila, S., & Hatasoit, O. (2020). Pengaruh Merek, HArga dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pocari Sweat pada PT Amerta Indah Otsuka Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 8–14.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). Pearson Education Limited.
<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Nurrohman, F., & Utama, A. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Smartphone Merek Blackberry di Yogyakarta). *Jurnal Manejemen FE UNY*, 37–45.
- Nurvidiana, R., Hidayat, K., & Abdillah, Y. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg. XI Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2).
- Pratminingsih, S. A., Astuty, E., & Mardiansyah, V. (2019). The Influence of Electronic Word of Mouth and Brand Image on Buying Decision. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(3), 995–1002.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.

- Rommy, A. S. N., Moh, N. B. H. H., & Nur, A. R. Y. N. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *Journal of Business and Management*, 20(8), 76–81. <https://doi.org/10.9790/487X-2008027681>
- Saladin, D. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya.
- Salaka, E. P. (2019). Pengaruh Word of Mouth, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Kota Semarang. *Skripsi*, 1–10.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). Consumer Behaviour: A European Outlook. In *Pearson Education*. Pearson Education Limited.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. PT Indeks.
- Sernovitz, A. (2012). *Word Of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, N. J. (2003a). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media.
- Setiadi, N. J. (2003b). *Perilaku Konsumen: Perpektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Prenada Media Group.
- Simamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka