

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., Ristanto, H., & Catur, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58-71.
- Ahyari, A. (2010). *Dasar-dasar Manajemen (Edisi 1)*. Yogyakarta : UGM BPFE.
- Alfarizi, D. C., & Rismawati, R. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Kai Acces (Akses Kereta Api Indonesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(2).
- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 166-172.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1(2), 80-103.
- Arif, M., & Siregar, I. K. (2021). Purchase Decision Affects, Price, Product Quality And Word Of Mouth. *International Journal of Economic, Technology and Social Sciences (Injects)*, 2(1), 260-273.
- Arni, L., Hosiana, M., Nismayanti, A., (2014), Studi Karakteristik Fisis Briket Bioarang Sebagai Sumber Energi Alternatif, *Journal Of Natural Science*, 3(1), 89-98.
- Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar. *Mandar: Management Development and Applied Research Journal*, 3(1), 18-32.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jisos: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85-104.
- Baihaqi, A. I., & Jatim, U. V. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya.
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta

- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61-70.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104-112.
- Digdowiseiso, K., & Sari, Y. K. (2022). The Impact of Digital Marketing, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction through Purchase Decision as Interacting Variables (Case Study of User Accurate Accounting Software In Jabodetabek Area). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3).
- Drs. M. Nur Nasution (2005), *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Fandi, Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Joesyiana, K. (2018). The Effect of Word of Mouth on Consumer Purchasing Decisions at Shopee (online shop) in Pekanbaru. *Valuta*, 4(1), 71-85.
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85-98.
- Kotler and Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler and Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition. Practice Hall.
- Kotler dan Keller (2012). *Manajemen pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Amstrong. (2008). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga

- Kurniawan, Y., & Mashariono, M. (2021). Pengaruh *Word Of Mouth*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).
- Kusnadi, A. H., Siregar, M. Y., & Pribadi, T. (2021). Pengaruh Product Involvement Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Asal Korea Merek Etude The House. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, 2(2), 96-103.
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, *Word Of Mouth*, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(1), 51-60.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Magdalena, M., & Wilzarwan, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo pada Toko Max-Indo di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 271-278.
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 314-323.
- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeholics Di Kota Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 26-40.
- Maulida, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zafi Studio Di Mangaran Situbondo. *Growth*, 19(2), 170-185.
- Mavilinda, E. S. D., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Pada Masa Pandemi Di Surakarta. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(2), 213-221.
- Mertasya, P., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Komunikasi *Word Of Mouth*. *Buletin Studi Ekonomi*, 25(1), 1-21.
- Monica, & Sihombing, S. (2007). Pengaruh Pemasaran Keterhubungan Terhadap Penggunaan Ulang Dan Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut: Kualitas Hubungan Dan Komitmen Sebagai Variabel Mediasi. *DeReMa Jurnal Manajemen Volume 2*.

- Moy, R. J., Nyoko, A. E., & Fanggidae, R. P. (2021). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 2(2-Jun), 161-173.
- Mumu, D. N., Tumbuan, W. J., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 951-959.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 44-57.
- Norbaiti, N., & Rahmi, W. S. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *smartphone* Iphone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(2), 80-91.
- Oktovina, Yesi Putranti. (2015). *Strategi Pemasaran Agen PT Prudential dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah*. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm Mart Kartika Widya Utama. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1154-1170.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di pt sarana bandar logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75-82.
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran *Word Of Mouth* Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3).
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung : Pustaka Setia.
- Putra, R. A. B., Wijayanto, H., & Sumarsono, H. (2022). Pengaruh *Word of Mouth* (WOM), Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD. Sri Mulyo Agung). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 115-127.

- Rahmawati, S. A., & Widiyanto, I. (2013). Antecedent Keputusan Pembelian Online . Dipenegoro Journal of Management Volume 2 , Nomor 3 , Tahun 2013, Halaman 1-11 , 1-11.
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J. Co Donuts And Coffee Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17-28.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pt. kangzen kenko indonesia di manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3).
- Saleem, B. A., Ghafar, A., Ibrahim, M., Yousuf, M., & Ahmed, N. (2015). Product Perceived Quality and Purchase Intention with Consumer Satisfaction. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 15(1), p21-28. https://globaljournals.org/GJMBR_Volume15/3-Product-PerceivedQuality.pdf
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.
- Saputra, I. W. G., & Wulandari, N. L. A. A. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Pada Yanyan Silver Di Gianyar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1(2), 664-676.
- Sernovitz, Andy. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking*, New York. Penerbit: Kaplan Inc
- Simamora. (2011). Riset Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Siswanto, A. M. H. (2021). The Influence of Price, Service Quality, and *Word Of Mouth* on the Purchase Decision of PT Daniel Samudra Abadi's Loading and Unloading Services. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 166-179.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand *Smartphone* with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262-270.

- Soumena, F. Y., & Qayyum, N. (2022). Determinan Variabel *Word Of Mouth* (Wom) Dan Islamic Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Properti Syariah (The Mata Residence Kabupaten Gowa). *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(1), 11-31.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung. Kerangka pemikiran
- Sumardy, (2011). *The Power Of Word Of Mouth Marketing*, Jakarta
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sunarka, P. S. (2021). Pengaruh Wom, Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 2(1), 64-72.
- Supangkat, A. H., & Supriyanti. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Tannia, P. V., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 87-94.
- Tantowi, B. F., & Saino, S. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Di Outlet Eiger Manyar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1076-1082.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.(2016). *Service Quality and Satisfaction*, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45–63. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183>
- Wirawan, I. P. G. A. A., & Seminari, N. K. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(5).

- Yafie, A. S., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Administrasi Bisnis (JAB)*, 35(2), 11–19.
- Yulia. (2015). Dimensi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus pada Member PT. Orindo Alam Ayu Cabang Palembang)
- Stephanie, Conney. 2021. Sejarah 14 Tahun Perjalanan iPhone dari Masa ke Masa. Diakses pada 1 November 2022 pukul 12.47 WIB melalui <https://tekno.kompas.com/read/2021/01/13/18320087/sejarah-14-tahun-perjalanan-iphone-dari-masa-ke-masa?page=all>
- Dihni, Vika Azkiya. 2022.10 *Smartphone* Terlaris Tahun 2021, iPhone Mendominasi. Diakses pada 1 November 2022 pukul 13.15 WIB melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/14/10-smartphone-terlaris-tahun-2021-iphone-mendominasi>
- Pusparisa, Yosepha. Berapa Jumlah Pengguna Smartphone Dunia. Diakses pada 2 November 2022 pukul 13.30 WIB melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/20/berapa-jumlah-pengguna-smartphone-dunia>
- Murdaningsih, Dwi. Hadir 15 Tahun, Ini perubahan iPhone dari masa ke masa, Diakses pada 12 Januari 2023 Pukul 20.24 WIB melalui <https://www.republika.co.id/berita/r5hdip368/hadir-15-tahun-ini-perubahan-iphone-dari-masa-ke-masa>