

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah & Sitorus. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Nako Bogor. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328–340.
- Agustina et al. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
- Ajeng, D., Al, S., & Aminah, S. (2022). *Indomilk In Sidoarjo (Study On Indomilk Consumers In Waru District , Sidoarjo Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Indomilk Di Sidoarjo (Studi Pada Konsumen Susu Indomilk Di Kecamatan Waru , Kabupaten Sidoarjo)*. 3(August), 2549–2557. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*
<https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.956>
- Alfian et al. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Steak 21 Mall Kota Kasablanka. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 363–380.
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.276>
- Anggraini & Fianto. (2024). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Influencer Endorsement, Electronic Word Of Mouth, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks (STUDI PADA KONSUMEN Starbucks Di Surabaya)* (Vol. 2, Issue 2). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat>
- Anissa et al. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Wingko Babat Kereta Api Di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X*.
- Ariantoro & Budhi. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(6), 1–23.
- Armanis. (2023). Pengaruh E-Wom Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang. *DINAMIKA PUBLIK : Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis*, 1(4), 44–54. <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v1i4.408>
- Arpi, S. K., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Getuk Eco Kota Magelang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 343–348.

- Baihaky, S., Nizar, Y. A., & Mustikowati, R. I. (2022a). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85. <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh *Word of Mouth*, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Dwiyanti et al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffe Shop Sudut Timur. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i2.209>
- Ekasari &, & Mandasari. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Waroeng Special Sambal “SS” Cabang Monjali Yogyakarta. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Erdawati et al. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Study Kasus Generasi Y di Lubuk Sikaping). *Journal of Social and Economics Research*, 5(1). <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Fitri &, & Yunita. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)* Terhadap Keputusan Pembelian Di Bittersweet By NAJLA. 1(3), 283–294. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis* <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb>
- Fitriana, S. A. N., & Nugroho, D. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.02>
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti O. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 8(4), 3340–3353.
- Ghofur. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Makaroni Ngehe Alpha Godean*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.

- Grandhis. (2022a). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 237. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i3.8633>
- Hadi et al. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Mie Ayam Wong, Jakarta. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2* <https://doi.org/10.59086/jeb.v2i1.232>
- Hartin. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Brownis Amanda Cabang Kudus. In *Jurnal Ilmiah Metadata* (Vol. 5, Issue 2).
- Ibnutama & Pudjoprastyono. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. 12, 19–24. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 12*
- Indrasari. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Jefri & Widagdo. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Citra Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pempek Candy Kaptan A.Rivai Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen* <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1614>
- Kamiliya. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Top Of Mind Terhadap Keputusan Pembelian Restoran Seblak Mantan Jombang. In *JURILMA: Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia* (Vol. 1, Issue 1). Online.
- Kotler & Keller. (2016). Marketing Management. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Bolu Kukus Siliwangi. 2. *Jurnal Economina*.
- M Amin et al. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Word Of Mouth Dan Tenaga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sour Sally Jogja* (Vol. 2, Issue 2). <http://journal.al-matani.com/index.php/invest/index>
- Mahendra et al. (2022). Pengaruh Harga, Word of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Momoyo Ice Cream& Fruit Tea Tulangan Sidoharjo. *Lagas Jaya Badung. Warmadewa Management and Business Journal*, 4(2), 63–71. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>

- Maria et al. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan E-Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian*. 17. : *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*
<https://doi.org/10.19184/jpe.v17i2.43124>
- 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 (JIMT)* <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i1>
- Panggayuh & Pradhanawati. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Getuk Eco Magelang*. *Jurnal Administrasi Bisnis Departemen Administrasi Bisnis* <https://doi.org/10.14710/jiab.2017.16648>
- Pratama et al. (2022). *Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzeler (Studi pada pembeli Sosis Kanzeler)*. In *Jurnal Mirai Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Purnomo, & Hakim. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing, E-Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Study Di Kaekopi Lamongan)*. *Journal on Education*, 06(04), 22141–22149.
- Purwaningsih et al. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk J.CO Donuts & Coffee Cabang Blok M Plaza*. *Journal of Sustainability Business Research*.
- Puspitaningtyas. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan*. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*.
<https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/111>
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka*. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
<https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.590>
- Rachman el al. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing , Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sate Ratu Yogyakarta*. 2(2), 8–17. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (BISMAK)*
- Rahajeng et al. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Richeese Factory*. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1), 110–121.
<https://doi.org/10.55606/jimek.v3i1.2117>

- Rumagit et al. (2023). Pengaruh Digital Marketing, E-WOM, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi: Konsumen Kopi Kenangan Di Kota Manado). *Vol. 11 No. 1 (2023): JE. Vol 11 No 1 (2023) Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1>
- Sakurat, J., Puji, L., & Safitri, U. R. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bolu Susu Lembang. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Vol. 8*
- Salsabila et al. (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), 2021–2156. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1902>
- Saputra & Ardani. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Waroeng Steak And Shake Solo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Sentosa et al. (2021). Pengaruh Promosi, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gudeg Yu Djum Wijilan 31. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Setianingsih. (2022). *Analisis Pengaruh Promosi, E-WOM Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Nuansa coffee*. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7744>
- Setiowati & Farida. (2024). *Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mako Cake and Bakery* (Vol. 5). www.topbrand-award.com
- Shafrizal et al. (2022). Kualitas Produk, Citra Merek, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1121–1133. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.5045>

- Sinuraya et al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Burger Bangor Cempaka Putih. *Equilibrium Point: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 368–374. <https://doi.org/10.46975/ebp.v6i1.189>
- Siregar et al. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth (Wom) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brownies Cinta Karanganyar. Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3226>
- Sugito. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bebek & Ayam Kampung Mas Budi Semarang. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 52–60. <https://doi.org/10.56444/psgj.v4i1.769>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suhardi et al. (2022). Pengaruh Media Sosial, *Electronic Word of Mouth*, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Makanan Oke Enak Rawamangun) (Vol. 4, Issue 1). *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* <https://doi.org/10.31334/abiwara.v4i2.3257>
- Sulistiono, S., Maghfirah, A. Al, & Astrini, D. (2024). The Influence Of Service Quality, Product Quality, And Brand Image On Purchasing Decisions. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 599–608. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2539>
- Waluyo et al. (2022). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth*, Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Ponorogo). *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi* <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13630>
- Wibowo, & Putra. (2024). Pengaruh E-Wom, Brand Image dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee. *MASMAN : Master Manajemen*, 2(2), 167–176. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.518>
- Wiputra. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Kopi Renon. 8.5.2017, 2003–2005. *Agribusiness Journal* <https://doi.org/10.31327/aj.v5i1.1721>
- Wulandari N. T., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kafe Om Kopi Kota Malang. *Jiagabi*, 10(2), 94–100.