

DAFTAR PUSTAKA

- Alhamid, F. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Handphone Merek Samsung. *Strata Business Review*, 1(1), xxxx–xxxx. <https://doi.org/10.59631/sbr.v1i1.20>
- Andy, S. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- Asker, J., & Cantillon, E. (2008). Properties of scoring auctions. *The RAND Journal of Economics*, 39(1), 69–85. <https://doi.org/10.1111/j.1756-2171.2008.00004.x>
- Bagaskara, B. P., & Kana, A. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen iPhone pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 35–56. <https://doi.org/10.35917/cb.v2i1.233>
- Brown, T. J. (2005). Spreading the Word: Investigating Antecedents of Consumers' Positive Word-of-Mouth Intentions and Behaviors in a Retailing Context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(2), 123–138. <https://doi.org/10.1177/0092070304268417>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen; Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Seri Pustaka Kunci.
- Ferro-Luzzi, A., & Martino, L. (1996). Obesity and physical activity. *CIBA Foundation Symposia*, 201, 207–227. <https://doi.org/10.7570/jomes.2017.26.1.15>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadi, S. (2001). *Analisis Regresi*. Andi Publisher.
- Insani, Y. D., & Setiyariski, R. (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas Dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Kajian Pariwisata*, 2(1), 13–28. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/297>
- Irfa'i, M. Y. (2021). *Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, dan Harga*

Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di kebun. Universitas Putra Bangsa.

Irfa'i, M. Y., & Setyawati, H. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/Index.Php/Jimmba/Index>

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*, 4(1), 71–85.

Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.

Kotler, & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.

Kotler, P. dan K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Steak And Ice Cream Cabang Jati*.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management, Courier Kendallville The United States of America*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Erlangga: Jakarta.

Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73–82.

Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 61–68.

Maharani, D. (2015). *TINGKAT KEBAHAGIAAN (HAPPINESS) PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*.

Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021a). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 524–537.

- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021b). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 524–537.
- Priansa, D. J. P. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. P. (2017b). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kotemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, O. M., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating terhadap Purchase Decision pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee. *EProceedings of Management*, 8(5), 6394–6403.
- Rahardjo, B. T., & Murdani, R. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2014). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 3(1), 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.35137/jabk.v3i01.54>
- Rahman, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Hotel Ibis Padang)*. Universitas Putra Indonesia.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286>
- Sa'adah, N. (2021). *Pengaruh iklan, promosi penjualan, direct marketing, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo di Palembang*.
- Santoso, S. (2010). *Statistik nonparametrik konsep dan aplikasi dengan SPSS*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall. <https://books.google.co.id/books?id=3WhKPgAACAAJ>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Su, , prapti, W. (2010). *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Bali : Udayana University Press.

- Sugeng, B. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. 39–41.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Suprapti, L. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Organizational Association, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Pemilik Sepeda Motor Yamaha Mio CW di Harpindo Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Swastha, B., & Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Tanzil, F. S., & Kristiawan, A. (2023). Peranan Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Pada Loyalitas Konsumen Smartphone Merek Apple. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 10(2), 1215–1224. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.48854>
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta:Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Edisi 2). Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winardi. (2010). *Manajemen Prilaku Organisasi*. Jakarta: Kencana Prenada

Media Group.

