

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96-107.

Akbar, M. J. C., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*| Vol, 60(3).

Atmaja, D.P., & Adiwinata, M. F. (2013). Pengaruh produk, harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di kopitiam OEY Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2), 551-562.

Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama. Jakarta : Raja Grafindo.

Azany, F. (2014). Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio. 1-77.

Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., dan Rabjohn, N. 2008. The impact of electronic word- of-mouth: The adoption of online opinions in online customer communities. 18 (3).

Dwifa, F., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Promotional Mix Terhadap Keputusan Pembelian Barang Di Distro (Studi Kasus Pada Clothing Inspired Soekarno Hatta–Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(14).

Fitria, A.,& Hidayat , I.2017. "Pengaruh Bauran Pasar ,Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kupunya Rumah Mode." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , Vol.6, No.4 (April), 1-17.

Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(2), 181-191.

Gruen, T.W et al .2006. e-WOM: *The Impact Of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange On Customer Value And Loyalty*. *Journal Of Business Research*. Vol 59, No 4.

Ghozali, I. (2006). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS.

Henning Thureau et.al (2004) *The Secret Word Of Mouth Marketing*. Erlangga, Jakarta.

Kim, Hee-Woong, Yunjie Xu, dan Sumeet Gupta (2012). "Which Is More Important In Internet Shopping, Perceived Price or Trust?," *Electronic Commerce Research and Applications*. 11, 241-252.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Armstrong. 2011. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Indeks : Jakarta.

Kotler, P & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler P & Armstrong, A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi ke-2, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).

Lee, J. E., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0128-2>

Mahyuzar, H., & Tundo, T. (2022). PENGARUH E-WOM DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA DIGITAL MARKETING ACTIVITIES DAN INTENTION TO BUY DI TOKOPEDIA. *Journal of Digital Business and Management*, 1(2), 104-113.

Meilina Boediono, S. C., & sari Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1).

Nusraini, B. H. H., Nursaban, M. A. S., Razak, R. A., & Yusuf Nofal Nur. (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>

Oosthuizen, D., Spowart, J., & De Meyer-Heydenrych, C. (2015). *The Relationship Between Perceived Price and Consumers' Purchase Intention of Private Label Wine Brands*. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1–17.

Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh *Brand Image*, Persepsi Harga, Dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 20-28.

Prastio, A., & Rodhiah, R. Pengaruh *Perceived Quality*, *Social Influence* Dan *Perceived Price* Terhadap *Purchase Intention* Brodo. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 580-590.

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek *BRAND IMAGE* terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16-23.

Puspitaningtyas, Y. A., & Saino, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545-558.

Peter, J. P., dan Olson, J. C. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy. 7th Edition*. New York: McGraw Hill.

Putri, R. A. A., & Rismawati, R. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN E-WOM TERHADAP PURCHASE DECISION SHOPEE PADA GENERASI Z. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(7).

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2015). *Consumer Behavior (11th ed.)*. . Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua *Emerald City* Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).

Sari, V. M. (2012). Pengaruh *Electronic Word of Mouth*(eWOM) di *Social Media Twitter* Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Restoran Holycowsteak). *Jakarta: FISIPUI*.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta.

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007) *Consumer Behavior 9en. International Edition*. New Jersey: Prenhallindo.

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, Fandi. 2015. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III.

Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

Yanuar, M. M., Qomariyah, N., & Santosa, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 3(1).

Yanto, T. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen*. Artikel Skripsi, 1.

Zietsman, M. L., Mostert, P., & Svensson, G.(2018). Perceived Price and Service Quality as Mediators between Price Fairness and Perceived Value in Business Banking Relationships: A Micro-Enterprise Perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 2-19.