

DAFTAR PUSTAKA

- Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Brio. *Journal Of Communication Education*, 16(2), 13–40. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v16i2.268>
- Andi, M. A. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Brand Image Dalam Meningkatkan Brand Awareness Starbucks Coffee Mall Ratu Indah Makassar*. [http://repository.nobel.ac.id/id/eprint/161/%0Ahttp://repository.nobel.ac.id/id/eprint/161/1/Andi Meisyah Arundani%2C 2018212348..pdf](http://repository.nobel.ac.id/id/eprint/161/%0Ahttp://repository.nobel.ac.id/id/eprint/161/1/Andi%20Meisyah%20Arundani%202018212348..pdf)
- Anggraini, L. P. (2020). Pengaruh brand trust, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen produk air minum le minerale. *Jom Faperta*, 3(2), 1–9.
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab li Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Asia, N. (2023). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart Di Lembang Kabupaten Pinrang. *Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare*.
- Basuki, K. (2019). Penelitian Terhadap Hotel Sukajadi Bandung. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- ButarButar, P. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pembiayaan Di PT.Adira Dinamika Multi Finance Cabang Bekasi 4 Harapan Indah. *Repository*.
- Elsyah Fitra, F. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kharisma Graha Jaya Medan. *Skripsi*.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Keni, K., & Callista, C. (2021). Peranan Brand Image Dan Brand Credibility Dalam Meningkatkan Loyalty Intention Melalui Brand Commitment. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 94. <https://doi.org/10.22441/mix.2021.v11i1.007>
- Liliana, M. (2023). Pengaruh Brand Image Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blicli.com. *Pengaruh Brand Image Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blicli.Com*, 2016.
- Manajemen, P. S., Bisnis, F. E., Nusantara, U., & Kediri, P. (2022). *Rama_61201_18102020102*.
- Nita et al. (2015). Metode Penelitian. *Metodologi Penelitian*, 5(December), 118–138.
- Prasetyo, R. I. (2020). *Pengaruh Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen*. 1–23.

- 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. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i1.1135>
- Safitri, D., Sudirman, R., & Angin, S. A. B. P. (2024). Pengaruh Word of Mouth, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Seblang Di Kecamatan Singojuruh Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 2125–2146. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3946>
- Sulistiawati, R. (2023). *Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Taman Dilan (Survey pada konsumen di Cafe Taman Dilan)*.
- Victoria, E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador NCT Dream dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/4664>