

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N. R. M., Ramadhan, M. R. I., Aristawati, T., & Pratama, S. A. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di ShopeeFood. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 7(2). <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i2.1001>
- Aditya wardhana. (2024). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. In *Eureka Meida Aksara, Januari 2024 Anggota Ikapi Jawa Tengah No. 225/JTE/2021*.
- Adrianto, B. (2019). Lokasi Salah Satu Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pmbelian Produk. *Skripsi (Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor)*, 11(1), 1–14.
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–90. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.3070>
- Aini, M. N. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Umkm Sebak Acil Alun-Alun Karanganyar*.
- Amelia, R., Hartini, T., & Desiana, L. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Perumahan Griya Barangan Indah Palembang*. 02(01), 781–788.
- Apriliani, N., Irwansyah, & Marlina, L. (2024). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Luxury Glow. *JURMEN:Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 71–79. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.265>
- Arifin, M. B. U. B. (2018). Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. In *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan* (Issue January). <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-19-5>
- Arini, N. N. A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Family Laundry Weru Paciran Lamongan. *Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan)*, 15(1), 37–48.
- 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*.
- Asriyati. (2020). Pengaruh Word of Mouth Marketing (Wom) Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Pemediasi. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto*, 59.
- Asrizal, & Syah, A. S. (2022). Analisis Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian

- Laptop (Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi). *Menara Ekonomi*, 8(1), 1–7.
- Astriyani, R. (2024). Pengaruh Lokasi, Modal dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 2(2), 59–69.
- Basusena, Y. T. A., & Astiti, D. P. (2020). Word Of Mouth: Dahulu, Kini Dan Nanti. *Psikobuletin:Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 196. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9855>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK:Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Ena, M. Y., Antonio E. L. Nyoko, & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management*, 10(3), 299–310.
- Firmansyah, D. M. A. (2019). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Hamzah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Catering Cv Narsa Makassar. *Jurnal Pelopor Manajemen Indonesia*, 2(1), 46–62.
- Hidayat, A., & Ariffin, K. (2023). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Caffe and Tea Sintesa Tanjung Tabalong. *JAPB : Jurnal Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 6(2), 763–780.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Ikhsan, Ernawati, S., & Hamidah, N. K. (2024). Pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung di black cafe. *Jurnal Sains Research*, 2(4), 1182–1191.
- Iman Prayoga, & M. Rachman Mulyandi. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136–140. <https://doi.org/10.46799/jst.v1i5.60>
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.44-50>
- Irawan, E., Maras, J. O., Hulu, M., & Sumbawa, K. (2023). *Konsep Strategi Word*

of Mouth Marketing dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis : Suatu Tinjauan Literatur. 1(3), 293–303.
<https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i2.482>

Jannah, M., Nasution, N. L., & Broto, B. E. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Ternak Lele Di Desa Pematang Seleng. ... *and Entrepreneurship Journal ...*, 5(2), 4828–4837.

Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1).
<https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>

Juniarwati, B. A., & Zaini, A. (2024). *PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan Ciliwung di Malang)*.

Kurniawan, Y., & Mashariono. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>

Liswandany, F., Supriyono, & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Lokasi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Dolan Kopi Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 71–80.

Maharani, S. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Ufo Elektronika Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–16.

Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

Muhammad, R. W., Rochaeti, E., & Setiawan, E. (2021). Pengaruh Media Social Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa FEB Universitas Prof Dr Hamka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 31–40.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.451>

Mukarromah, L., & Anshori, M. I. (2024). Pemasaran Word Of Mouth Di Era Digital : Literatur Review. *Multiple: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6), 1982–1990.

Ningsih, W. S., & Rahmawati, I. (2021). Analisis Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian Pada Online Shop “Shopee.” *Jurnal Inovasi Penelitian*,

2(3), 779–784.

- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Coffee. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 90–102. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854>
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v3i1.75>
- Prameswari, A. D., & Sitorus, O. F. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada UMKM Kuliner Jakarta Timur. *Jurnal Niara*, 16(3), 513–519. <https://doi.org/10.31849/niara.v16i3.15267>
- Pribadi, G. I., Fadjarajani, S., & Kuswarini, P. (2020). Hasil belajar peserta didik model pembelajaran kooperatif tipe problem based learning (PBL) dan model pembelajaran kooperatif. *Geoducation*, 1, 14–22.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- 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. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545–558. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i4.111>
- Putri, A. V., & Bambang. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Gejrot Mitoha Galak. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3). <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i3.798>
- Rafliansyah, M., Yulianti, F., & Mardah, S. (2023). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Wisata Kuliner Di Banjarmasin. *Proceeding: Islamic University of Kalimantan, 2023*(Senasekon).
- Ratriyana, I. N. (2019). EKUITAS MEREK LOKAL JOGJA DI MATA GENERASI MILLENIALS. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6). <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.410>
- Saota, S., Buulolo, P., & Fau, S. H. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di UD. TRIAL VELA kecamatan fanayama kabupaten

nias selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 135–142.

- Saphira, H. (2021). Pengaruh Harga dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*. http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16839%0Ahttp://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/16839/SKRIPSI_HariatiSaphira.pdf?sequence=1
- 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*, 9.
- Simangunsong, E., Situmorang, T. Y. N., Sagala, R., Simanihuruk, P., R. Purba, I., & Bangun, K. (2024). Pengaruh Lokasi, Word Of Mouth (Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Yamaha Padang Motor Sidikalang. *Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 3(2).
- Solekhah, R., Syaifulloh, M., & Kristiana, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth (WOM) Atau Testimoni Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Tia Sprei. *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(3), 78–90. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i3.83>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Sumantika, E., Mukminin, A., & Badar, M. (2021). Pengaruh Keterampilan dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Pada Karyawan Perusahaan Kain Tenun Nurmantika Kota Bima). *EduSociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 4(1), 10–26.
- Suyitno, Wahyuningsih, Y., & Agustin, L. (2024). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Marketplace Shopee. *J-MACC : Journal of Management and Accounting*, 7(1), 39–52. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v7i1.4556>
- Tania, A. E., Sari, M. I., & Tyas, W. M. (2022). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada BUMDES Ajong Rejo. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 345–354. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.87>
- Waas, K. (2021). *Pengaruh Harga, Lokasi, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Apong Jember*.
- Wahyuningsih, Y., & Rosyidi, M. N. (2018). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Roti Cempaka Paciran Lamongan. *Jurnal Ekonomi Manajemen (EKOMAN)*, 12(1).
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis* (Vol. 15, Issue

1).

Widayanto, M. T., Haris, A., & Syarifah, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Pada PT Pos Indonesia Cabang Probolinggo). *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40. <http://creativecommons.o>

