

## DAFTAR PUSTAKA

- Abel, Jessica P., dkk. (2015). *Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. Journal of Business & Economics Research*. Vol. 14, No. 01, 33-4.
- Ajjah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43–60.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, U. Fitria, E. & Handayani I. (2020). *Media Edukasi Melalui Animasi Untuk Meningkatkan Critical Thinking Skill Dalam Melawan Informasi Hoaks, Prosiding Seminar Nasional Bimbingan dan Konseling Universitas Negeri Malang*, 148-159.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Arianto, H. P. D & Satrio, B. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 9. No. 6.
- Asep Suhendar Aprilia. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.809>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Babin, Barry. (2014). *Modelling Consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea*. *Journal of Service Marketing*, 19, 133-139.
- Basu Swastha dan Irawan. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2, Yogyakarta : Liberty.

- Berger, J., & Iyengar, R. (2012). *Communication channels and word of mouth: How the medium shapes the message*. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 567–579.
- Berman, Barry, Joel R. Evans, dan Patrali Chatterjee. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition*. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Deliyanti Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laks Bang PRESS indo.
- Dheany, Arumsari. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah )*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro : Semarang.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit - Undip.
- Harjuno, Puger (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Harris, K., Grewal, D., Mohr, L & Bernhardt, K., (2013). *Consumer responses to service recovery strategies: The moderating role of online versus offline environment*. *Journal of Business Research* 59 (4), 425- 431.
- Hastuti habir, Zakiyah Zahara, & Farid. (2018). *Pengaruh Citra merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha*. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 4, No 3.
- Ismail, H. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Bisnis di Era Digital. *Emis*, 1(1), 1–4. <https://journal.yazri.com/index.php/emis>
- Joesyiana, Kiki. (2018). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru*. *Jurnal Valuta*, Vol.4, No.1.

- Joshua, Davin & Padmalia, Metta. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Vol. 5 No 1.
- Kotler & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Lane Keller. (2017). *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2014). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Machfoedz & Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Cakra Ilmu.
- Maiza, Fiksi. Agus Sutardjo & Rizka Hadya. (2022) “*Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Pada Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab*”. Jurnal *Matua*, 04 No 2. 375-386.
- Nurdiansyah. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal *Ilmu Manajemen & Bisnis*. Vol 5 No 2.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Pragita, A. A., Kumadji, S., Ilmu, F., Universitas, A., & Malang, B. (n.d.). *Pengaruh Store Atmosphere ( Suasana Toko ) Terhadap Emosi*. 1–11.
- Rahayu, B. S., & Saputra, O. A. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Throox Store Solo. *Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol 6 , No 1 ( 2019 ) ; July ISSN : 2337-5965 ( Cetak ) P3M STIE AUB Surakarta Kelola : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi ISSN : 2337-5965 ( Cetak ) P3M STIE*

*AUB Surakarta*, 6(1), 54–64.

- Ralahallo, B. A. B., & Muhrim, M. R. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Saburo Kota Ambon. *Jurnal Hipotesa*, 16(02), 91–107.
- Reminta, L. B dan S. F. Priska. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi *Express* : Survei Pada Pengunduh Aplikasi *Express* Taksi.
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Austin: Greenleaf Book Group Press.
- Silverman & George. (2001). *The Secret Of Word Of Mouth Marketing : How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word Of Mouth*. Amacam, United States Of America.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>