

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial least square (PLS) Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 22, 103-150.
- 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), 420-433.
- Apriandi, D. W., Agustin, N., & Sugandi, A. (2021). THE EFFECT OF HALAL CERTIFICATION AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASING DECISIONS (Survey of Ms Glow Skincare Consumers in Subang Regency. *TSARWATICA (Islamic Economic, Accounting, and Management Journal)*, 3(1), 20-47.
- Athala, D. I. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Point Of Purchase (POP) Display Terhadap Keputusan Pembelian Toko Cahaya Mebel Di Kota Semarang. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2301-2309.
- Anwar, B. S. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Ariyono, K. Y. (2021). Purchase Decision : Is the Atmosphere Store , Location and Diversity of Products Caused ? PROGRESS Conference, 4(1), 9–15.
- Arif, M. (2022). Antaseden Kualitas Produk, Harga, Dan Inovasi Terhadap Daya Beli Konsumen Denga Kinerja Pemasaran Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Umkm Di Kota Medan. In *Prosiding Seminar Nasional USM* (Vol. 3, No. 1, pp. 559-573).
- ARYATNI, N. (2024). *IKLIM ORGANISASI, ANTUSIASME KERJA DAN KEPUASAN KERJA GURU STUDI EMPIRIS DI SEKOLAH DASAR SE KABUPATEN KOTAWARINGIN BARAT* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Bancin, J. B. (2021). Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina). Jakad Media Publishing.
- Cahya, M. I. E., Astuti, I. Y., & Mahaputra, A. P. (2024). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN WORD OF

MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI KOPI SK COFFEE LAB KOTA KEDIRI. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(12), 64-74.

Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Price dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Purchase Intention (Survey Pada Konsumen Mobil Second Prabu Motor Ponorogo) (Skripsi). <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/7062>, 1-86.

Ena, M. Y., Nyoko, A. E., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299-310.

Fitriani, A. *PENGARUH GREEN PRODUCT KNOWLEDGE DAN GREEN PERCEIVED RISK TERHADAP MINAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH GREEN TRUST (Studi Kasus pada Air Mineral Galon Le Minerale)* (Bachelor's thesis).

Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1.

FATONAH, M. N., & Al Amin, N. H. (2023). *PENGARUH WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY, DAN PRICE PERCEPTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROTI AOKA (Studi pada Konsumen AOKA di Solo Raya)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).

Fitrianingsih, F., Damanik, A. Z., & Zuliany, R. (2022). Pengaruh Servicescape dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada 212 Mart Tebing Tinggi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 478– 485.

Geret, M., Yelviana, A., Sagitary, A., Fitri, A., Putri, I. K., & Putra, R. B. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Transmart Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu Nusantara*, 1(1), 14-19.

Humendru, H. A., Harefa, I., Bate, M. M., & Bu’ulolo, N. (2024). PENGARUH KESEHATAN BANK TERHADAP TINGKAT INKLUSI KEUANGAN PADA BANK BNI KOTA GUNUNGSITOLI HENCE ANYCOLONY HUMENDRU. *Jurnal Suluh Pendidikan*, 12(1), 38-50.

- Hair J.J.F., C Black, W., J. Babin, B., & E. Anderson, R. (2018). In *Multivariate Data Analysis* (7th Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Herdiana, F., Fitriadi, B. W., & Arisman, A. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Cilok Goang Uruy Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 134-138.
- Huda, M., Hartati, N., & Leriani, E. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Produk dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pelita Manajemen*, 2(01), 76-84.
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* sixteenth edition.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31-42.
- Mauladi, F. A. (2023). *Pengaruh Layanan Pemesanan Makanan Online terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran pada Masa Pandemi Covid 19* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Mimi, & Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 124–131.
- Ningrum, R. F. P., Karnadi, K., & Syahputra, H. (2024). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RN DONUTS BAKERY DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(6), 1104-1117.
- Rizkiani, D. E., & Setiawan, H. (2023, September). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Eiger Store Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Rahmawati, A., Qibliyah, M., Rahmawati, D. C., & Kusmayati, N. K. (2024). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi UD. Anugra Jaya. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 6(1), 64-69.

- Rachmawati, W., & Karim, A. (2020). Analisis Peran KSPPS Dalam Mendukung Ekonomi Rakyat Berbasis Usaha Menengah Kecil. *AKURAT| Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 11(1), 7-18.
- Sardanto, R., & Ratnanto, S. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pada Angkringan Kota Kediri. *Jurnal Benefit*, 3(1), 31–45.
- Sari, Annisa Chelintia Mayang, Widi Winarso, and Haryudi Anas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Di Shopeefood." *Jurnal Economina* 2.9 (2023): 2610-2627.
- Saputra, A., Suliawati, S., & Hasibuan, A. (2020). PERBEDAAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE STATISTIK, RELIABILITAS DAN KORELASI DI INDOMARET DAN ALFAMIDI. *Buletin Utama Teknik*, 15(3), 241-248.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan: pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- SETYAWAN, E. J., & Al Amin, N. H. (2023). *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ANGKRINGAN TENDA BIRU & COFFEE SHOP DI SUKOHARJO* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal stei ekonomi*, 29(02), 17-30.
- Soetanto, James Prabowo, Fanny Septina, and Timotius Febry. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis* 5.1 (2020): 63-71.
- Veronica, N., Wenry, W., & Yuliana, Y. (2024). Analisis Pengaruh Promosi Mulut Kemulut (E-WOM) Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen Dari Aplikasi Tiktok Shop. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2), 81-89.

YANI, E., & SETYANINGRUM, I. F. (2023). *PENGARUH CITA RASA, PERSEPSI HARGA, DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN OMAH COKLAT (Studi Kasus Konsumen Omah Coklat di Karanganyar)* (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).