

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. dan J. Hartono. 2015. Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Ayatulloh Michael Musyaffi, Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *Konsep Dasar SEM-PLS Menggunakan Smart PLS - Ayatulloh dkk (2021)*.
- Bansal, H. S., & Voyer, P. A. (2000). Word-of-Mouth Processes within a Services Purchase Decision Context. *Journal of Service Research*, 3(2), 166–177. <https://doi.org/10.1177/109467050032005>
- Diana Alfaini, Ediyanto, Y. P. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Al Afiah Mangaran Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 1(8), 1559–1572.
- Diana Warpindyastuti, Lady, Mega Aprita, Y., & Azizah, A. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Ekonomi Dan Bisnis (Ekobis)* 45, 1(1), 8–13. <https://doi.org/10.56912/ekobis45.v1i1.7>
- Firmansyah. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.332>
- Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm di Kota

Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 161–166.

Kotler. (2009). Kotler & Keller - Marketing Management. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General* (Vol. 22).

Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi (Studi Kasus konsumen Giant Expresss Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 145–154.

Mone Mau, Antonius Philipus Kurniawan, & Imelda Virgula Wisang. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional (Pasar Maumere). *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(2), 56–71. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i2.29>

Nugroho, D. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tono Motor Di Kota Semarang*. 3(2), 6.

Oktavian, B. Y., & Soliha, E. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (Studi Padacafe Dewan Kopi Pati). *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(1), 167–183.

Oktavianto, Y. (2013). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 3, 62–72.

Onsardi, & Wulansari, F. (2022). Persepsi Harga Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Minat. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*e-ISSN 2723-424X, 3, 109–115.

Putri, F. C., Kumadji, srikandi, & Sunarti. (2016). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada konsumen Legipait Coffeeshop Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 86–96.

Ramadhan, F. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Minat Beli Konsumen Pada CV. Cahaya*

Jati Sukarame Bandar Lampung. 1–76.

- Rizki Robani, D., & Wardhana, A. (2022). Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Bisnis Umkm di Jawa Barat Menghadapi Pandemi Covid-19: Studi Kasus Di Aditi Coffee House and Space. *Jurnal Inspirasi*, 13(1), 156–164. <https://doi.org/10.35880/inspirasi.v13i1.1939>
- Sernovitz, A. (2019). *WHO IS TALKING ABOUT YOU ? Master the art of word of mouth marketing Special offers and freebies available !* 55.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed). In *Data Kualitatif*.
- Sulistyo, A., Sumarwan, U., & Aminah, M. (2021). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Buku pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 474. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.5252>
- Sumardy. (2014). *The power of word of mouth marketing*. <http://www.businesszone.co.uk/community-voice/blogs/iat-ltd/the-power-of-word-of-mouth-marketing>