

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. A. M. Juliani, B. A. Harsojuwono, and I. K. Satriawan, "Strategi Pengembangan Usaha Minuman Barjaz Tea Di Barjaz Company," *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, vol. 5, no. 4, pp. 41–50, 2017.
- [2] S. P. Sari, "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, vol. 8, no. 1, p. 147, 2020, doi: 10.30872/psikoborneo.v8i1.4870.
- [3] D. Amanah and D. A. Harahap, "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan," *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, vol. 11, no. 3, pp. 207–216, 2018.
- [4] K. Joesyiana, "PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)," *Jurnal Valuta*, vol. 4, no. 1, pp. 71–85, 2018.
- [5] N. Nurjaya, N. I. Dutawaskita, H. Erlangga, H. Hastono, and D. Sunarsi, "Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada PT. Lautan Surga di Jakarta," *Jurnal Tadbir Peradaban*, vol. 2, no. 1, pp. 80–92, 2022, doi: 10.55182/jtp.v2i1.107.
- [6] S. Widodo, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)," *JEpa*, vol. 4, no. 1, pp. 84–90, 2019.
- [7] F. Tantri and T. Abdullah, *Manajemen Pemasaran*. 2019.
- [8] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- [9] H. Wijaya and H. Sirine, "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap," *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 1, no. 2, pp. 175–190, 2016.
- [10] H. Wijaya and H. Sirine, "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap," *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 1, no. 2, pp. 175–190, 2016.
- [11] A. Mas'ari, M. I. Hamdy, and M. D. Safira, "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau," *Jurnal Teknik Industri*, vol. 5, no. 2, 2019.
- [12] I. R. Finanda and A. Wiwaha, "Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Miloff Beauty Bar," *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, vol. 1, no. 2, pp. 134–140, 2017.
- [13] Y. P. H. Wadhi, M. Wardana, and N. W. S. Suprpti, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan dan Word of Mouth Pelanggan Micedi Ramada Bintang Bali Resort," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, vol. 6, no. 6, pp. 2361–2386, 2017.
- [14] Moh. E. Arif, "The Influence Of Electronic Word Of Mouth (EWOM), Brand Image, And Price On Re-Purchase Intention Of Airline Customers," *Journal of Applied Management (JAM)*, vol. 17, no. 2, pp. 345–356, 2019.
- [15] A. Fauzi, Rukmini, and S. Wulandari, "Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD," *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JIMK)*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, 2020.
- [16] R. R. M. L. Toruan, "Proses Implementasi Word Of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan," *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, vol. 1, no. 1, pp. 155–166, 2018.
- [17] R. T. Y. Yanto and A. L. P. Prabowo, "Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian

- Penjualan Pada Produk Pembiayaan KPR Bersubsidi Di Bank BTN Syariah Bandung,” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, vol. 10, no. 1, pp. 1–22, 2020.
- [18] F. Willy, T. S. Goh, and W. Julitawaty, “Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri,” *Jurnal Bisnis Kolega*, vol. 6, no. 1, pp. 43–56, 2020.
- [19] G. B. Bimantoro and R. A. B., “Analisis Strategi Personal Selling Marketing Communication Di PT. Infoglobal (Contoh Kasus Produk Aplikasi Pertahanan Markas Besar Tni Angkatan Udara Di Jakarta),” *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, vol. 22, no. 1, pp. 43–63, 2019.
- [20] I. N. P. Siregar and E. Natalia, “Pengaruh Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk DVD Player Elecor Pada PT. Cakrawala Elecorindo Medan,” *NIAGAWAN*, vol. 7, no. 2, pp. 80–89, 2018.
- [21] M. Z. Ervandi and R. Nainggolan, “Pengaruh Personal Selling Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Thai Tea Di Surabaya,” *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 152–161, 2021.
- [22] H. F. Nasution, “Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan),” *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 26–39, 2018.
- [23] M. F. A. Yakin, “Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda,” *Ekonomia*, vol. 5, no. 3, 2017.
- [24] S. Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. 2013.
- [25] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet, 2016.
- [26] J. Sarwono and U. Narimawati, *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. CV Andi Offset, 2015.
- [27] S. Haryono and P. Wardoyo, *Structural Equation Modelling untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00*. PT. Intermedia Personalia Utama, 2013.
- [28] J. F. Hair, M. Sarstedt, L. Hopkins, and V. G. Kuppelwieser, “Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research,” *European Business Review*, vol. 26, no. 2, pp. 106–121, 2014.
- [29] Irwan and K. Adam, “METODE PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DAN TERAPANNYA (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone),” *Jurnal Teknosains*, vol. 9, no. 1, pp. 53–68, 2015.
- [30] M. Nadiyah, M. Ferichani, and N. Setyowati, “Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Teh Tong Tji Siap Minum Di Pasar Swalayan Kota Surakarta,” *AGRISTA*, vol. 5, no. 3, pp. 212–221, 2017.
- [31] Ghozali, *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25 (9th Edition)*, 9th ed. 2018.
- [32] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [33] A. Perdian, E. A. Suryo, and I. Wijatmiko, “Model Partisipasi Kontraktor Skala Kecil dalam Pelelangan,” *Media Teknik Sipil*, vol. 15, no. 1, 2017.
- [34] G. C. Nuryaman and M. Ramaditya, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Umkm Pisang Nugget Boogie Di Bekasi Utara,” *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2020.
- [35] O. S. Sinaga, H. Irianto, and E. Widiyanti, “Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rumah Teh Ngoro Donker Kemuning),” *AGRISTA*, vol. 5, no. 1, 2017.
- [36] N. Hariyanti, “Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Honda Beat Malang,” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.
- [37] A. U. Rhamdani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan

- Pembelian di Astra Honda Motor (Studi Konsumen di Dealer Astra Honda Motor Yogyakarta),” Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- [38] W. B. Revo, “Pengaruh Harga dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris di Kota Pekanbaru,” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018.
- [39] D. Prastia, “Pengaruh Brand Image dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada PT. Arista Auto Lestari Cabang Sisingamangaraja Medan,” Universitas Medan Area, 2018.