

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, A., 2012. Pengaruh *Word of Mouth Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Konsumen Resto D'COST Seafood Sukajadi no. 197, Bandung). *Tugas Akhir*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.
- Fitrianingrum dan W. T. Edi., 2013. Pengaruh Harga Dan Mutu Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. *Jurnal Modernisasi* 9(2): 77-98.
- Gandira, B. Z., 2017. Analisis Penerapan *Electronic Word of Mouth* pada Brand Humblezing Melalui Media Sosial *Instagram*. *Jurnal e-Proceeding of Applied Science* 3(2): 265-271.
- Gunari, K. T. P., 2019. Pengaruh Label Halal dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk *Skincare* Safi. *Skripsi*. Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hilman, M. N. 2013. Analisis Pengaruh *Word of Mouth, Marketing Mix* (Produk, Harga, Promosi, dan Saluran Distribusi), dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Swift (Studi Kasus pada Swift Club Indonesia). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hussain, Riaz dan A. Mazhar., 2015. *Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention*. *International Journal of Marketing Studies* 7(2): 1-8.
- Lestari, S. A. dan R. Rahmidani. 2019. Pengaruh Harga dan *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba Dikalangan Mahasiswa Negeri Padang. *Jurnal Ecogen* 2(3): 524-531.
- Mettasari, D. 2019. Pengaruh Iklan, *World of Mouth* dan *Price Consciousness* Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online di Shopee. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Dharma Sanata Yogyakarta.
- Nugraha, F. A. A., Suharyono dan A. Kusumawati. 2015. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* 22(1): 1-7.

- Putri, M. A. 2018. Pengaruh Harga, Lokasi, *Store Atmosphere*, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Restoran Warunk Upnormal Cinere). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Raharja, A., O. B. Wicandara dan Asthararianty. 2016. Perancangan Media Promosi Perusahaan Interior Clover Surabaya. *Jurnal*. Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Raharjani J., 2005. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* 2(1): 218-225.
- Raharjo, Korniwawan dan S. S. Budi., 2015. Analisis Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di T.B Rajawali Kalicilik, Demak (Studi Pada Toko Bangunan Rajawali Kalicilik, Demak). *Journal Of Management* 4(4): 1-11.
- Sahrir, A., H. Bua, dan E. Sukotjo. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran dan *Word of Mouth*(WOM) Terhadap Minat Beli Ulang (*The Effect of Marketing Mix and Word of Mouth (WOM) on Repurchasing Interests*). *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi* 3(2): 135-147.
- Sari, W.P. dan Yohanes., 2010. Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Loyalty* Bar Kopi Seru. *Jurnal Prologia* 3(1): 299-304.
- Shalamah, U. H. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Ulang Layanan Kesehatan di Balkesmas Wilayah Ambarawa. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang.
- Verina E. Y. E. dan L. Wasis., 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook (Survei Pada Konsumen Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook Yang Berlokasi Di Indonesia)”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 10(1): 53-81.
- Wijaya, D. S., 2018. Pengaruh Harga, *Word of Mouth* dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 8(4): 1-20.