

DAFTAR PUSTAKA

- Assidiq, A. M., D. Oktaviani dan R. A. Sandhi. 2022. Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telemedecine. *Syntax Idea*.4(2):241-258.
- Baskara, A. dan N. Ernasari. 2018. Pengaruh Word of Mouth (WOM), Brand Image Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi Perguruan Tinggi. (Survei pada Kelas XII SMA Negeri Sekacamatan Tanah Putih. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP UIR*. 6(2):171-178.
- Cahya, A. D., R. Andrian, R. C. Ramadhani dan E. Dwijayanti. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97).*Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*.5(1):175-183.
- Cahyani, P. D., N. Utami dan S.B. Lestari. 2022. Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Kasus Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*.2(2): 851-866.
- Ena, M. Y. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Chezz Cafenet. *Journal of Management*. 10(3):229-310.
- Farid, H. H. Z. Z. 2018. Pengaruh Citra merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*. 4(3): 211-218.
- Ghozali, I. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Edisi ke-4. Universitas Diponegoro. Yogyakarta.
- _____, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*.Edisi kedelapan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasan, A. 2010. *Marketing*. Rineka Cipta. Yogyakarta.
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas.Erlangga. Jakarta.

- Kotler, P., dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Fifteenth Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Pauddikdasmen. 2023. *Data Pokok SDIT Hasanah Fiddaroin*. <https://dapo.kemdikbud.go.id/sekolah/197B64CA448748E8A80D>. 5 November 2023 (10:23).
- Purbaningrat, B.W. 2023. Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mendaftar Program S1 di STIESIA Surabaya. (*Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya angkatan 2022*). *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Qomariah, N. 2020. Pengaruh Word of Mouth, Brand Image terhadap Keputusan pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food di Mall Plaza Mulia Samarinda. *E-Joernal Administrasi Bisnis*.8(1): 35-45.
- Rani, E. M. 2022. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Ruhamak, M. D., dan E. H. Sya'idah. 2018. Pengaruh Word of Mouth, Minat Konsumen dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*.3(2):118-135.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Pemasaran)*. Cetakan Kedelapan. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suwari, N.W.M. 2023. Pengaruh Harga, Word of Mouth (WOM), Lokasi Terhadap Orang Tua Menyekolahkan Anak di SMP Wisata Sanur. *Skripsi*. Universitas Mahasaraswati. Denpasar.
- Sunyoto, D. 2015. *Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service (CAPS). Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2014. *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- _____, F. dan A. Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi. Yogyakarta

_____, F. 2019. *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi. Yogyakarta.

_____, F.dan G. Chandra. 2020. *Pemasaran Strategik*. Edisi Keempat. Andi. Bandung.

