

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Ariyanto, Rezeki Bangun, Muhamad Rifqi Min Indillah, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Dienni Ruhjatini Sholihah, Maya Ariyanti, Euis Widiati, Purna Irawan, Susiana Dewi Ratih, R. Suryanti Ismail, Defin Shahrial Putra, Amrin Mulia Utama, Syahputra, J. B. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
- Bagaskara, K. R., Manafe, L. A., Angraini, V. S., & Nugrahini, M. C. (2021). Strategi Word of Mouth Produk Sinom-Vac: Pembicara, Topik, Alat, Partisipasi dan Pengawasan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 27–34. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v8i2.12539>
- Barus, N. B., Pangaribuan, M., Purnami, S., Bisnis, M., Niaga, A., & Medan, P. N. (2021). *PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MS*. 616–626.
- Ela Rolita Arifianti, Mochamad Rizqi Junianto, A. T. D. P. (2023). *Pengukuran Quality Of Service And Facilities terhadap Customer satisfaction*. 7(2), 646–653.
- Fachruroji, T. M., & Padmalia, M. (2023). Pengaruh Price Perception, Sales Promotion Dan Product Quality Terhadap Impulse Buying Skincare Product Konsumen Pengguna E-Commerce Shopee Generasi Z Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Mediasi. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(6), 632–656.
- Firdaus, M. F., & Yamini, E. A. (2023). *Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Sandal Merek Eiger*. 2(3), 1154–1160.
- Gultom, J. S., Chairunnisa, T. L. T., & Tamba, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Produk Dbd Powder Medan. *Value*, 2(2), 26–42.

<https://doi.org/10.36490/value.v2i2.212>

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

Hamid, Rahmad Solling, S. M. A. (2019). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)* (M. S. Abiratno, Sofa Nurdianti, Dra. Annis Diniati Raksanagara (ed.)).

Harahap, D. A., Amanah, D., Gunarto, M., & Purwanto, P. (2021). Kualitas Dosen Sebagai Faktor Penentu Mahasiswa Memilih Universitas. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2a), 128–135.
<https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2a.206>

Harahap, D. A., Hurriyati, R., Gaffar, V., Wibowo, L. A., & Amanah, D. (2017). Pengaruh Reputasi Universitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi di Universitas Islam Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional & Konferensi Forum Manajemen Indonesia (FMI 9)*, Semarang, 9, 1–12.
<https://doi.org/10.17605/OSF.IO/8ZG6N>

Jaya, A. R. P. D., Maruta, I. A., & Pratiwi, N. M. I. (2020). Pengaruh Brand Equity, Brand Image dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada T. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 66–80.

Joesyiana, K. (2018). *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)*. 4(1).

Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap

Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6437>

Jumeneng, M., Rosmayanti, M., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Harga Produk Body Lotion Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(2), 48–60. <https://doi.org/10.34012/jebim.v4i2.3335>

Kristiyono, Y. R., & Tiatira, D. C. (2022). *PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP BRAND TRUST DIMEDIASI OLEH BRAND REPUTATION DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA KONSUMEN McDONALD 'S*. 19(1), 53–76.

Kristyatmoko, Y. W., & Andjarwati, A. L. (2013). Yulius Wasis Kristyatmoko dan Anik Lestari Andjarwati; Pengaruh Persepsi Kualitas ... *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1.

Levana Atthifah, S. N. (2018). *PENGARUH DIMENSI ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND EQUITY PRODUK ESSENTIAL OIL YOUNG LIVING INDONESIA*. 7(2), 53–54.

Lo, V. L., & Iswati, I. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ipad Di Kota Surabaya. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 10(2), 713–724. <https://doi.org/10.37676/professional.v10i2.4671>

Luh Wulan Krisna Aryanti, I Gusti Ayu Imbayani, P. K. R. (2021). Pengaruh Brand Equity, Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Wine Pada Pt.Hatten Bali. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 2, 218–232. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1423>

Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

- Mahadi Putra, A. H. P. (2019). Pengaruh Percieved Quality, Harga Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Oldman.Co. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(11), 1038–1054. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i11.293>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI , KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2), 716–727.
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Evriyenni, E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *JIHBIZ:Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(2), 124. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8644>
- Moy, A. A. (2021). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *GLORY (Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial)*, Vol.2(No.2), 161–173. <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/4819>
- Naufalin, L. R. (2019). Pengaruh Minat Mahasiswa Dan Prospek Lapangan Kerja Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program D3 Kesekretariatan Feb Unsoed. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(2), 87–99.
- Prastio, A., & Rodhiah, R. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Social Influence Dan Perceived Price Terhadap Purchase Intention Brodo. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 580. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13130>
- Putra, A. (2012). *Ekuitas, Pengaruh Terhadap, Merek Handphone, Keputusan Pembelian Blackberry, Merek Manajemen, Jurusan Ekonomi, Fakultas Bisnis, D A N Hasanuddin, Universitas.*
- Rahanatha, G. B. (2017). *DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI I Made Arya Dharmayana I dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pada persaingan bisnis saat ini yang semakin ketat baik dalam pasar domestik maupun internasional . Setiap perusahaan*

berusaha u. 6(4), 2018–2046.

- REYNALDI, M. A. (2021). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Pempek Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Palembang (Studi Toko Pempek Checklist Palembang)*.
https://repository.unsri.ac.id/59931/53/RAMA_61201_01011381722168_0025127510_0029078402_01_front_ref.pdf
- Saodin, Nyoman Nerson, Ayu Balqis Adistira, & Ardinal Dwianto. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Kalianda Halok Gagas*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.52655/khg.v5i1.35>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*.
<http://www.nber.org/papers/w16019>
- Situmorang, R. F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil TOYOTA Avanza di Kota Medan1*.
- Suryani, A. N. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen Di Stie Rahmaniyah Sekayu (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2013/2014). *Jurnal Manajemen Kompeten*, 1(1), 71.
<https://doi.org/10.51877/mnjm.v1i1.21>
- Tarigan, W. J., & Ambarita, I. M. (2021). Penerapan Manajemen Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Pasar (Studi Kasus Pada Telkomsel Cabang Pematangsiantar). *Jurnal Ilmiah Accusi*, 3(1), 28–39.
<https://doi.org/10.36985/jia.v3i1.67>
- Teddy Syaril Akbar ,Yoga Fitrah, M. R. (2023). *PENGARUH, PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KUALITAS, dan LOYALITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA TOKO ONLINE SHOPEE*. 3(1).

- Wanda, A. T. W. A. T. (2021). *Pengaruh Brand Equity, Service Quality Dan Cost Study Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta (Studi Pada Universitas Muhammadiyah 38(2), 1–13.*
<http://eprints.ahmaddahlan.ac.id/id/eprint/37/>
- Warsaa, Y. W. S., & Kabelen, N. W. (2023). Analisi Visual Penerapan Brand Equity Pada Video City Branding “Shining Batu.” *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(01), 19. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v7i01.915>

