

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (Global Edi). Pearson Education Stanton, W.J.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rinneka Cipta.
- Aryadhe1, P., & Rastini2, N. M. (2016). *Fakultas Ekonomi & Bisnis , Universitas Udayana , Bali , Indonesia Dunia bisnis modern membuat persaingan bisnis menjadi sangat ketat . Dengan kemajuan teknologi saat ini , persaingan dapat dimenangkan dengan cara memuaskan dan memenuhi keinginan , serta*. 5(9), 5695–5721.
- Babin, B. J., Lee, Y., & Kim, E. (2005). *Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth : restaurant patronage in Korea*. July 2015. <https://doi.org/10.1108/08876040510596803>
- Dewi, S. J. K., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Jilbab Rabbani Di Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 248–258.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas di Ponegoro.
- Hartono, B. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta: Rineka Cipta.
- kompas.com. (n.d.). *menag sebut mayoritas muslim indonesia setuju dengan pancasila*. <http://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *ManajemenPemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Terjema Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, &Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

MA'MUROH, T. (2018). *Pengaruh Penampilan Fisik Produk, Harga, Dan Word*

of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Pada Bakso Lestari Pejagoan. 1–22.

Mahendrayasa, A. (2014). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Pengguna Kartu Selular GSM â€” Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 12(1), 82799.

Moniharapon, S., Lopian, J., & Lotulung, S. C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 817–826. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.9614>

Nugroho, S. (2008). *perilaku konsumen*. Penerbit Kencana Jakarta.

Philip, K. (2012). *Manajemen Pemasaran Perpektif Asia*. Jakarta : Erlangga.

Robbins, Stephen dan Mary Coulter. 2009. *Manajemen*. Edisi 8 Jilid 1. PT.Indeks, Jakarta.

Rahayu, P., & Edward, M. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax (Studi Pada Mahasiswa Kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 1–16. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/7063>

Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabet.

Schiffman, L. dan K. L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Indeks.

Setyaji, W. B. (2008). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Perceived Quality, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Kota Semarang, Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang*.

Sudjana, N. (2005). *Dasar-dasar Proses\Belajar Mengajar*. Bandung. Sinar Algensindo., Baru.

Sugiono. (2011). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *pengertian angket*.
- Sumarwan. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. RemajaRusdakarya.
- Tjiptono. (2001). *Manajemen Pemasarandan Analisa Perilaku Konsumen*,. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono. (2001). *indikator-indikator kualitas produk*.
- Tjiptono. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Jogjakarta: Penerbit Andi.
- Umar, H. (2010). *Metode Penelitian Untuk Skripsi danTesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>
- Yudhiharti P, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Inovasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Larutan Cap Kaki Tiga (Survei Konsumen Larutan Cap Kaki Tiga pada Masyarakat Kabupaten Jombang). *Jurnal Ekonomi* , 34-35