

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Aditi, B., Silaban, P., & Edward, Y. R. (2023). The effect of social media and word of mouth on buying interest and brand image in creative economic business. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 225–234. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.11.001>
- Aditria, D., Digdowiseiso, K., & Nurwulandari, A. (2023). Pengaruh Brand Image, E-wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal*, 8(1), 30–45.
- Ahmad et al. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31. <http://www.topbrand-award.com>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Almaidah, L. D., Nu, A. H., & Achiraeniwati, E. (2021). *Kerangka Teoritis Perancangan Fasilitas Kerja untuk Meminimalisasi Risiko Kerja*. 1, 23–28.
- Amin, N., Hafizi, A., Ali, H., Program, M., Management, M., Buana, U. M., Program, D., Management, M., & Buana, U. M. (2021). *PURCHASE INTENTION AND PURCHASE DECISION MODEL: MULTI CHANNEL MARKETING AND DISCOUNT ON MEDCOM . ID ONLINE NEWS PORTAL*. 2(3), 460–470.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 14–25.
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas

- Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Graby Bites. *Performa*, 5(6), 449–457. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1822>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Budianto, Y. (2023). *WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI P & D MANIS DEMPO KOTA PALEMBANG Disusun Oleh : Yosep Budianto PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG*.
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Dr. Sri Rahayu, S.E., M., & Nadia Afrilliana, S.E., M. S. (2021). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*.
- Efrizal, W. (2021). CITRA DELIMA : Jurnal Ilmiah STIKES Citra Delima Bangka Belitung. *Ji*, 4(2), 94–100. <http://jurnalilmiah.stikescitradelima.ac.id/index.php/>
- Fadhillah, H. A., & Hendra, S. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsment, Electronic Word of Mouth, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Sepatu Compass Di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi, September*.
- Farian Waringga, K., Koestiono, D., Fitria, D., & Riana, D. (2023). *Strategi Pemasaran Melalui Celebrity Endorsement Dan Ewom Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Yellow Fit Kitchen* *MARKETING STRATEGY THROUGH CELEBRITY ENDORSEMENT AND EWOM AND THEIR EFFECT ON THE PURCHASE DECISION OF YELLOW F*. 7(1), 115–126. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.01.11>
- Fauzi, A., Rukmini, & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)*, 1(1), 1–13.
- Febryanti, H., & Hasan, F. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Promosi Online terhadap Minat Beli Masyarakat pada Usaha Makanan Online Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan. *Agriscience*, 3(1), 164–178. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15240>
- Ferdinand, A. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 2 Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Gandring Vemberia Ismayanti, Isyandi, Y. E. (2020). Faktor-Faktor Yang

- Mempengaruhi Minat Beli Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Pasar Oleh-Oleh Modern Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(2), 266–284.
- Ghozali, I. (2017). *Model persamaan struktural: Konsep dan aplikasi dengan program AMOS 16.0*. Badan Penerbit : Universitas Diponegoro.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Hasibuan, F. U., Syamsulbahri, S., Putra, W. P., & Yusniar, Y. (2024). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Social Media Activities, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue di Jabodetabek. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 3(01), 20–28. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v3i01.978>
- Hidayati, N., & Yuliandani, L. (2020). Pengaruh Beauty Vlogger, Citra Merek Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 12(1), 65–76. <https://doi.org/10.37151/jsma.v12i1.50>
- Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Dengan Minat Beli Sebagai Variable Intervening. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 20(2).
- Id, V. (2024). *KONSUMSI MIE INSTAN DI INDONESIA*. Validnews.Id. <https://validnews.id/ekonomi/indonesia-konsumsi-1454-miliar-bungkus-mie-instan-di-2023>
- Iverson, B. L., & Dervan, P. B. (2020). *Angewandte Chemie International Edition*. 7823–7830.
- 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>
- Kenton, A. (2020). *Variabel Endogen: Pengertian, Pengertian, dan Contohnya*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/e/endogenous-variable.asp>
- Kompas.Com. (2024). *Viral Video Plastik Dalam Pangsit Mie Gacoan*. <https://surabaya.kompas.com/read/2023/06/02/182438678/viral-video-plastik-dalam-pangsit-mie-gacoan-manajemen-kami-sedang>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>

- Liananda, I., Siti Komariah Hildayanti, & Mohammad Kurniawan. (2024). Pengaruh Word of Mouth dan Product Innovation Terhadap Minat Beli Konsumen Tetra Coffee Palembang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1261–1270. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2289>
- Linton, J. D., Klassen, R., Jayaraman, V., Walker, H., Brammer, S., Ruparathna, R., Hewage, K., Thomson, J., Jackson, T., Baloi, D., Cooper, D. R., Hoejmose, S. U., Adrien-Kirby, A. J., Sierra, L. A., Pellicer, E., Yepes, V., Giunipero, L. C., Hooker, R. E., Denslow, D., ... Anane, A. (2020). EFEKTIVITAS WORD OF MOUTH DALAM MEMPERKENALKAN BRAND IDENTITY CLEAN MEN JAKARTA. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2), 1–4. <http://www.unpcdc.org/media/15782/sustainable-practice.pdf%0Ahttps://europa.eu/capacity4dev/unep/document/briefing-note-sustainable-public-procurement%0Ahttp://www.hpw.qld.gov.au/SiteCollectionDocuments/ProcurementGuideIntegratingSustainability>
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Manik, C. D. (2021). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT.ASTRA INTERNATIONAL, Tbk TOYOTA AUTO 2000 BUMI SERPONG DAMAI. *Niagawan*, 10(1), 36. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i1.20179>
- Mariantika, U., & Nuryakin. (2023). The Influence of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention Through Brand Image as Variable Intervening. *Communications in Computer and Information Science*, 1835 CCIS, 380–385. https://doi.org/10.1007/978-3-031-36001-5_48
- Marlius, D., & Mutiara, M. (2022). PENGARUH MEREK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *Jurnal Economina*, 1(4), 768–783. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.169>
- Megawati. (2023). Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Mebel Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 414–416.
- Meliana, C., Wasono, R., Haris, M. Al, Alfiyani, Z. H., & Sari, E. Y. K. (2020). Peramalan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Menggunakan ARIMAX dengan Variabel Eksogen Covid-19. *Prosiding Seminar Edusainstech*, 258–267.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar).

- Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Nawastuty, H. D., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh kelayakan harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 38–45.
<https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10388>
- Nst, V. F. H. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 5(2), 350–372.
<https://doi.org/10.47652/metadata.v5i2.389>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4).
<https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Pratiwi, D., Lumbanraja, M. M. M., & Junaidi, R. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Restaurant Tradisional Pekanbaru. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 4(2), 194–206. <https://doi.org/10.47065/jbe.v4i2.3650>
- Priono, H. (2020). *Theory of Planned Behavior: Implementasi Pada Minat Mahasiswa menjadi Akuntan*. Surabaya: Mitra Abisatya.
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behavior: : Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. Jakarta: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., & Darwin. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Rahmah, D. A., & Hasbi, I. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Label terhadap Minat Beli (Studi Kasus Mie Gacoan di Kota Bandung) The Effect of Brand Image and Label on Purchase Intention (Case Study of Mie Gacoan in Bandung City). *Samudra Ekonomi & Bisnis*, 14(3), 544–554.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v14i3.8287>.Abstrak
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga,

- Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value*, 4(3), 1651–1667.
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>
- Rohmalia, D., & Dainy, N. C. (2023). Daya Terima dan Kandungan Gizi Mie Basah Berbasis Tepung Hati Ayam dan Tepung Talas Bogor. *Muhammadiyah Journal of Nutrition and Food Science (MJNF)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24853/mjnf.4.1.1-13>
- Rosadi, R., Kurniawan, L. A., Aziz, S., & Huda, N. (2023). *Pengaruh Atmosfer Toko Dan Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Superindo Supermarket Karawang)*. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v2i1.130>
- Rosnaini, D. (2017). *CITRA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN*. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE. https://www.researchgate.net/profile/Rosnaini-Daga/publication/334957485_Buku_1_Citra_Kualitas_Produk_dan_Kepuasan_Pelanggan/links/5dcac674299bf1a47b32ee4f/Buku-1-Citra-Kualitas-Produk-dan-Kepuasan-Pelanggan.pdf?__cf_chl_tk=u4.9lRXrf73e7nYxteMvi4Jq1eEjmZDBixIRRqD6NBg-1734374347-1.0.1.1-UAKhUR9Ud7gaOGPTqvdSBDJQMfjMIL6XALxAKyQOJ5s
- Roswita Meme, R. octavianus byre. (2020). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MEDIASI OLEH MINAT BELI KONSUMEN ROXY SWALAYAN ENDE-1)* Roswita Meme, 2) Rafael Oktavianus Byre. 20(September), 1–13.
- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Manai, S. D., & Suryani, D. (2023). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) The Influence of Brand Image , Product Quality , and Price on Buying*. 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>
- Salsabila í, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>
- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2),

82–89. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v6i2.354>

- Saputra, A. L., & Aprilia, T. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.56916/jimab.v2i1.344>
- Saputra, F., & M Ridho Mahaputra. (2022). Relationship of Purchase Interest, Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of Law, Politic and Humanities*, 2(2), 66–75. <https://doi.org/10.38035/jlph.v2i2.76>
- Saputri, A. D., & Guritno, A. (2021). The Effect of Product Quality, Brand Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 359–374. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.36>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Orignal Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 42–53.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif / Prof. Dr. Sugiyono* (Cet,1). Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22862>
- Syahtidar, Nanda, S. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Marketplace di Bekasi. *Jurnal Bisnis,Manajemen,DanKeuangan*, 3(1), 44–59.
- Thalib, A. M., Andriani, D., Firdaus, V., & Sidoarjo, U. M. (2024). Consumer Retension Catering Is Reviewed By Word Of Mouth, Consumer Motivation, Dan Event Marketing Retensi Konsumen Catering Ditinjau Dari Word Of Mouth, Motivasi Konsumen, Dan Event Marketing. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 238–248. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Tjahhaningsih, E., Nastiti, H. D., Isnowati, S., & Handayani UN, D. (2022). The Effect of Word of Mouth and Brand Image on Trust and Purchase Intention. *Fokus Ekonomi*, 17(2), 262–276. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>
- Wibowo, E., & Su, S. (2021). The Effect of Word of Mouth on Purchase Intention with Brand Image as a Mediation Variable (Survey of Surakarta Gacoan

- Noodle Consumers Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Survey Pada Konsumen Mi. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 1(1), 97–105. <http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>
- Wibowo, Y. A., Wulandari, R.,), & Wulandari, R. (2022). Effect of Green Marketing and Word of Mouth on Starbucks Indonesia Consumer Buying Decisions with Brand Image as Intervening Variable. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 11(1), 47–56. <https://doi.org/10.12244/jies.2021.5.1.00>
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.
- Yuniar, I. G. A. A. Y., Nurtjahjanti, H., & Rusmawati, D. (2021). Hubungan Antara Kepuasan Kerja Dan Resiliensi Dengan Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Pada Karyawan Kantor Pusat Pt. Bpd Bali. *Jurnal Psikologi Undip*, 9(1), 11–20. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/psikologi/article/view/2878/2561>
- Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMK (2021). Pedoman Penyusunan Skripsi