

DAFTAR PUSTAKA

- Abd hul, Y. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Penelitian. In *Deepublish Store*.
- Abdillah, W., & Jogyanto, H. (2019). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Model (SEM) dalam Penelitian Bisnis. In *Book: Vol. I* (Issue 1).
- Abdul, Y. (2022). *Penelitian Terdahulu: Cara Membuat dan Contoh*. Deepublish Store.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3).
- Anastasia, T. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk. *Jurnal BISNIS & KEWIRAUSAHAAN*, 6(1).
- Anwar, I. (2015). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Asnawi, Moch Heru Widodo, & Stevanus Gatot Supriyadi. (2022). Pengaruh Keberagaman Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Ontel Di Toko Agung Jombang. *Efektor*, 9(1).
<https://doi.org/10.29407/e.v9i1.16925>
- Assauri. (2016). assauri. *Manajemen Operasi Produksi*.
- Baihaky, S., Yogatama Ahmad Nizar, & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1).
- Dewi, N. P. A., Fajariah, F., & Suardana, I. M. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Electronic of Mouth pada Platform TikTok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4).
<https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i4.23>
- Erresalia, F., Suhartini, K., & Dian, E. (2016). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ANDROID SAMSUNG DI KOTA PALEMBANG Erresalia Fatriana 1 , Suhartini Karim 2 , & Dian Eka 3. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 1.
- Fadhilah, M., Dwi Cahya, A., Melania, C., & 3*, T. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(3).
- Fitrianingsih, F., Damanik, A. Z., & Zuliany, R. (2022). Pengaruh Servicescape dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada 212 Mart Tebing Tinggi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1).
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.592>
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca? ? *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3).
- Ghozali, I. (2017). Ghozali, Imam. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M., & Zuraida, L. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS

- PELAYANAN, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ALFAMIDI TRITUNGKAL YOGYAKARTA. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(3). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i3.557>
- Harys. (2020). *Penelitian Terdahulu: Manfaat, Maksud dan Cara Membuat*. Jopglass.Com.
- Iman Prayoga, & M. Rachman Mulyandi. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5). <https://doi.org/10.46799/jst.v1i5.60>
- Kaban, L., & Khong, R. (2022). DAMPAK KUALITAS, PERSEPSI KONSUMEN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ENDORSEMENT. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.667>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In *Pearson Practice Hall*.
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (11 ed.). *New York: Pearson International*.
- Laela, T. D. F. (2015). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN MEREK PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK FASHION ZOYA. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2).
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1).
- Lestari, D. A., & Nurhadi, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek Produk Kosmetik Wardah di Surabaya Selatan. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 7(2). <https://doi.org/10.31869/me.v7i2.2714>
- Li, S., & Jaharuddin, N. S. (2021). Influences of background factors on consumers' purchase intention in China's organic food market: Assessing moderating role of word-of-mouth (WOM). *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1876296>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2).
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01).
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nghia, H. T., Thanh, B. T., & Bao, D. Q. (2020). The relationship between satisfaction, trust and repurchase intention: examining the moderating role of word of mouth. *HCMCOUJS - ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION*, 7(2).

- <https://doi.org/10.46223/hcmcoujs.econ.en.7.2.191.2017>
- Porto, R. B., de Morais Watanabe, E. A., Barrozo, M. M. A., & de Souza, E. X. (2022). ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH ADVERTISING VERSUS BRAND STRENGTH: EFFECTS ON CONSUMERS' PURCHASING DECISION. *International Journal of Professional Business Review*, 7(1). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2022.v7i1.250>
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). PERAN WORD OF MOUTH MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p02>
- Pratiwi, riska amalia. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian dengan E-Word of Mouth Sebagai Variabel Moderasi. In *institutional repository UMM*.
- Riadi, M. (2020). Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan). In *30 Mei 2020*.
- Siregar, F. H., & Aziz, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE ANDROID PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE ANDROID PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA*, 1.
- Sonia Cipta Wahyurini, & Trianasari, N. (2020). ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i1.321>
- Sugiyono. (2018). Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1). <https://doi.org/10.36587/exc.v9i1.1256>
- Suriyanti, S., Bata Ilyas, J., & Fachmi, M. (2021). Peningkatan Minat Beli Masyarakat Pada Minimarket yang dipengaruhi oleh Promosi dan Keberagaman Produk. *Journal of Applied Management and Business Research (JAMBiR)*, 1(3).
- Syafaah, N., & Santoso, I. H. (2022). Fear of Missing Out dan Korean Wave : Implikasinya pada Keputusan Pembelian Kosmetik asal Korea. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3). <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.239>
- Tjia, H. S., Suharno, S., & Kadafi, M. A. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *KINERJA*, 14(2). <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i2.2484>
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1).
- Wibowo, A. (2021). Manajemen Pemasaran. *Tujuan Dan Fungsi Manajemen*

Pemasaran, 1.

- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, KEBERAGAMAN PRODUK, SUASANA TOKO DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL WONOSOBO. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1). <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>
- Yannan, D., Ahmed, A. A. A., Kuo, T. H., Malik, H. A., Nassani, A. A., Haffar, M., Suksatan, W., & Iramofu, D. P. F. (2022). Impact of CSR, innovation, and green investment on sales growth: new evidence from manufacturing industries of China and Saudi Arabia. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 35(1). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.2015610>
- Yasmin, A. (2017). Impact of Brand Image on consumers' Purchase Decision Introduction. *Journal Homepage: International Journal of Research in Social Sciences*, 7.
- Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape dan Word of Mouth Serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(1). <https://doi.org/10.35899/biej.v3i1.198>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengolahan Data SmartPLS

1. Grafik Outer Loading 1 (Sebelum Revisi)

