

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatoni, A. A., & Cempena, I. B. (2026). *Pengaruh Presepsi Harga , Electronic Word of Mouth , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Café Avatar Drink and Chill di Kecamatan Gunung Anyar Surabaya*. 4(4), 9358–9370.
- Anugrah, K. F. (2024). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fajar Abadi Snack. *JURNAL MANEKSI*, VOL 13(NO.1), Hal. 226–232. https://ejournal.unpatti.ac.id/ppr_maneksi
- Aryani, R. (2025). *Pengaruh electronic Word of Mouth, labelisasi cruelty free, influencer marketing terhadap keputusan pembelian produk luxcrime di yogyakarta*. UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Perdagangan Eceran Indonesia*. <https://www.bps.go.id>
- Creswell, J. W. (2021). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book255675>
- Del I. Hawkins; David L. Mothersbaugh. (2020). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (14th ed.). McGraw-Hill. <https://www.mheducation.com>
- Desi, A. K. (2025). *PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE, WORD OF MOUTH (WOM) DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP BELITANG SUDIRMAN DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG]. <https://repository.radenintan.ac.id/40408/>
- Dimas Firmansyah, M. N. F. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG KUROJI KABUPATEN SUMBAWA*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10, 240–265.
- Fattah, A. F., Mirandha, Y., Fadil, A., & Sanjaya, V. F. (2023). *Pengaruh Word of Mouth (WoM) dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus AS Phonecell Sukarame , Bandar Lampung*. 3(1), 26–33.
- Fita Nurdiana¹, Eny Setyariningsih², T. H. D. (2025). Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Mendorong Minat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3.
- Galih Bahrul Allam Rasyad, H. I. (2024). *Pengaruh Brand Image , Harga , Promosi , Dan Kualitas Produk Terhadap*. 13(2), 534–544.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/multivariate-data-analysis-8e-hair>
- Hasan, S.; Aryadi, A.; Suhud, A. (2024). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium Journal*. <https://journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/view/2119>
- Junaidi, J. S., & Meirisa, F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, *Word of Mouth*, Dan Layout Terhadap Keputusan Pembelian Di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 22–36. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1613>
- Kotler, P., Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9780470316848>
- M. Syamsul Hidayat. (2020). *Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Dreamblack Coffee Mojokerto*. 3, 173–186.
- Malhotra, N. K. (2021). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Pearson.
- Nasution, E. M., & Aramita, F. (2024). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di toko Sehati Jaya The Influence of Location and Product Completeness on Consumer Purchasing Decisions at the Sehati Jaya Store*. 5(1), 62–71. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i1.4331>
- Puspita, H. J., & Malik, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian : Systematic Review*.
- Santoso, P. (2024). Pengaruh lokasi dan *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian di kedai kopi konservatif sampit. *E-Jurnal Surplus (Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 270–279.
- Schiffman, Leon G.; Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2021). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8 (ed.)). Wiley. <https://www.wiley.com/en-us/Research+Methods+for+Business%3A+A+Skill+Building+Approach%2C+8th+Edition-p-9781119561247>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tania, A. E., Sari, M. I., & Tyas, W. M. (2022). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada BUMDES

Ajong Rejo. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 345–354.
<https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.87>

Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.

Utami, R., Fadhilah, M., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan Electronic *Word of Mouth* Terhadap Purchasing Decision Dengan Brand Image Sebagai Varibel Intervening Pada Konsumen Lazada Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 390–404.
<https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.31739>