

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Juanna, A., Machmud, R., Hinel, R., Kango, U., & Gorontalo, U. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Meubel UD . Arafah Kota Gorontalo. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4.
- Anjaya, F. A., Yulasmi, Y., & Sopali, M. F. (2024). Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Jaya Perabot Di Bukittinggi. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 231. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1405>
- Arohi, A. (2023). Brand awareness. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 5(3). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i03.3571>
- Aulia, D. S., & Mubarak, A. (2026). PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. 4(3), 1041–1061. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v4i3.9216>
- Basusena, Y. T. A., & Astiti, D. P. (2020). Word Of Mouth: Dahulu, Kini Dan Nanti. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(3), 196. <https://doi.org/10.24014/pib.v1i3.9855>
- Bukhori, M. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH, KEPUASAN, DAN LOYALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEDIA LUAR RUANG DI PT. WARNA WARNI JAKARTA. 6, 1435–1453.
- Denova, A., Rahman, T. A., & Ulya, A. J. (2025). PENGARUH PERAN MIKRO INFLUENCER DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP MEREK UMKM DI ERA MODERN. *Neraca Manajemen, Ekonomi Musytari*, 19(9), 1–6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Fauziyyah, H. B., Prastyorini, J., Wijonarko, G., Hanna, M., & Kalangi, E. (2024). BARUNAWATI SURABAYA DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM DI SURABAYA UTARA. 01(02).

- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal ooks*.
- Firmansyah, M. A. (2016). Buku Komunikasi Pemasaran. In *CV. PENERBIT QIARA MEDIA* (Vol. 6, Issue August).
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Stratrgy). In *CV. Penerbit Qiara Media* (Issue August).
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ghozali, imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 25 edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis jalur SPSS 29.0 dan Smart PLS 4.0*. CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (Vol. 1, Issue 1).
- Khamdan, R. (2019). Membangun Loyalitas Pelanggan. In *Zifatama publisher*.
- Khamdan, R. (2023). Kepuasan Konsumen. In *UIN KHAS Press* (Vol. 3, Issue 1).
- Kinanding, J., & Nurrohim, H. (2024). Brand Awareness , Electronic Word-of-Mouth , and Viral Marketing ' s Effects on Purchase Decisions. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 14(April).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles of Marketing 19th Ed. Global Ed. In *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). PEARSON.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Mariana, P., Ruslan, M., & Setiawan, L. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Brand Awareness Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk Mizzu. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(2), 351–359. <https://doi.org/10.35965/jbm.v6i2.4439>

- Martini, E., Suganda, A. D., Sudirman, A., & Putri, D. E. (2021). Brand Marketing. In *WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG*.
- Mulyanto, H., & Wulandari, A. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. In *PT KIMSHAFI ALUNG CIPTA*.
- Muthalib, D. A. (2026). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM DI KOTA KENDARI. *BHARASUMBA: Jurnal Multidisipliner*, 5(01).
<https://doi.org/https://doi.org/10.62668/bharasumba.v5i01.2143>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode penelitian kuantitatif edisi 3*. WIDYA GAMA PRESS.
- Parawansa, D. A. S. (2024). Strategi Branding. In A. Andi & A. P. Aslam (Eds.), *PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA*.
- Pratiwi, A. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Royal Furniture di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 7(1), 165–179.
<https://doi.org/10.47532/jis.v7i1.991>
- Pujianto, O., Achsa, A., & Novitaningtyas, I. (2023). The Effect of Brand Ambassador, Sales Promotion, and Brand Awareness on Purchasing Decisions in E-Commerce. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 4(1), 60–73.
<https://e-journal.unair.ac.id/AJIM/article/view/45502>
- Putra, D. A., & Triwardhani, D. (2023). The Influencer Of Trust , Security And Service Quality On Customer Sarisdaction Of Shopee Users In Solok. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(2), 78–93.
- Putri, D. A., & Mubarak, A. (2026). Pengaruh Customer Online Review Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Furniture Kudu Kayu Di Instagram Pada Workshop Parung Panjang - Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 734–749.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jemba.v3i2.2244>

- Putri, D. E., Sinaga, O. S., Dharma, E., Irmayani, N. W. D., Noviany, H., & Abdurrohman. (2022). *TREN PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL*.
- Raditya, M. R., Utami, S., & Chan, S. (2023). The Impact of Customer Journey and Trust on Purchasing Decisions for Quality Furniture in the Digital Era: A Serial Mediation Analysis. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(08), 3773–3785. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i8-27>
- Rahayu, B. (2025). The Influence of Brand Awareness and Innovation on Purchasing Decisions in the Furniture Craft MSMEs of Palembang. *Journal Bisnis Digital and Sosial Media*, 1(1).
- Regina, N., & Nurwidawati, D. (2023). Hubungan antara Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan E-commerce. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(02), 1001–1013. <https://ejournal.unesa.ac.id>
- Sernovitz, A. (2019). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. reenleaf Book Group Press, Austin, Texas.
- Simamora, B. (2022). *Skala Likert , Bias Penggunaan dan Jalan*. 12(1), 84–93.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi Promosi Penjualan. In *Fkip Uhamka* (Vol. 1).
- Sophian, S., & Leni, T. D. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth (Wom) Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ineffable Handmade Jewelry Di Kota Padang. *Economics and Digital BusinessReview*, 6(2). https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i2.2429?utm_source=chatgpt.com
- Suardana, I. A. R. A., Mahyuni, L. putu, Lestari, N. P. N. E., & Suardana, I. B. R. (2024). *JBTI : Jurnal Bisnis : Teori dan Implementasi Impact of Brand Image , Brand Awareness , and Social Media Marketing on Purchase Decisions : Mediating Roles of Purchase*. 15(1), 56–71.
- Subkhan, F., & Barrygian, F. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD). *Jurnal Administrasi Bisnis*,

13(1), 72–83. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.62101>

Sudirman Indrianty, M. M. I. (2023). *Strategi Pemasaran*. intelektual Karya Nusantara.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. In *Penerbit ALFABETA*.

Tisya, T., Ayuri, V., Wijayanto, A., & Prihatini, A. E. (2026). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Furniture Amadeus Design Pecangaan , Jepara) Pendahuluan Kajian Teori*. 15(1), 255–264.

Tohari, A., & Bhirawa, S. (2023). Aplikasi SPSS Untuk Ekonomi dan Bisnis. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.

Utama, R. L. W., Welsa, H., & Cahya, A. D. (2024). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Dan Buying Interest Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(04), 1136–1149. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i04.33399>

Wardhana, A. (2024a). BRANDING Brand Management in the digital era. In *CV. EUREKA MEDIA AKSARA* (Indonesia, Issue 42).

Wardhana, A. (2024b). Consumer Behavior in the digital era 4.0. In *CV. EUREKA MEDIA AKSARA* (Indonesia).

Wardhana, A. (2024c). Kepercayaan Pelanggan. In *Kepercayaan Pelanggan* (Issue August).

Wayan, N., & Pratiwi, A. D. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, WORD OF MOUTH, DAN E- COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROYAL FURNITURE DI DENPASAR. *Jurnal Satyagraha*, 07(01).

Yani, F. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Word of Mouth Marketing Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Mutimuv Store Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(2), 161. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i2.5528>