

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, P. D., Hamdun, E. K., & Syahputra, H. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Ikan Kering UD. Putra Putri di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(9), 2040–2057.
- Ahmed, S., Huma, Z. E., & Aslam, M. (2020). *Consumer behavior during COVID-19: The role of e-WOM, social interaction, and health concerns*. *Journal of Consumer Marketing*, 37(7), 763–775. <https://doi.org/10.1108/JCM-06-2020-3892>
- Al-Azzam, A. & Al-Mizeed, K. (2021). *The effect of digital marketing on purchasing decisions: A study of Jordanian consumers*. *International Journal of Marketing Studies*, 13(1), 45–59.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Rineka Cipta.
- Babin, B. J. (2017). *Consumer Behavior: Global Edition*. Cengage Learning.
- Bahri, Syaiful. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis: Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ferdinand, A. (2014). *Manajemen penelitian (Edisi ke-5, edisi revisi)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fill, C. (2019). *Marketing Communications: Interactivity, Communities and Content*. Pearson Education.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). *e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5-23.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A. (2013). *Analisis Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(2), 88-97.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2023). *Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model*. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Hidayat, A. A. (2021). *Metode Penelitian: Konsep dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.

- Hurlock, Elizabeth B. 2006. Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Erlangga.
- Irawan, H. (2018). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo.
- Iswidodo, D. (2017). *Dinamika Persaingan Bisnis Kuliner di Yogyakarta*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran, 9(3), 120-135.
- Joesyiana, A. (2018). *The Impact of Word of mouth on Consumer Decision Making*. Journal of Consumer Research, 15(1), 88-104.
- Juliandi, A. (2014). Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Medan: USU Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Pearson Education.
- Mardiatmoko, Y. (2020). Analisis Statistik untuk Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: Deepublish.
- Maulana, A. Z. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Word of mouth terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread di Kota Bogor)*. Diponegoro Journal of Management. 11(1)
- Merina, H. (2017). *Dampak Ekonomi Kreatif terhadap PDB Indonesia*. Jurnal Ekonomi Kreatif, 5(3), 75-89.
- Oliver, R. L. (2019). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Routledge.
- Putri, N. A. C., & Ariefiantoro, T. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan serta minat beli ulang pada pelanggan Bakpia Murni di Kota Semarang (Skripsi, Universitas Semarang). Universitas Semarang.
- Purnama, B., & Rialdy, M. A. (2019). Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik dalam Bisnis Modern. Yogyakarta: Deepublish.
- Rachmawati, D., Magdalena, M., & Dhiana, P. (2015). Pengaruh Word of Mouth, Tingkat Pendapatan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 4(2), 1–18.

- Rachmasari, G. D. (2025). Pengaruh tingkat pendapatan, kesadaran lingkungan, dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian fashion thrift masyarakat Kota Purwokerto (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri). UIN Saifuddin Zuhri Repository. <https://repository.uinsaizu.ac.id>
- Rahmadi, S. A. (2011). Pengantar metodologi penelitian. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rahmawati, D. (2021). Perilaku konsumen urban terhadap produk inovatif di daerah wisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45-57. <https://doi.org/10.5678/jeb.v12i1.2021>
- Rapatata, L. (2014). *Pengaruh Perkembangan Industri Kuliner terhadap Perekonomian Daerah*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(2), 120-135.
- Santrock, J. W. (2011). *Perkembangan masa hidup* (edisi ke-13, diterjemahkan oleh Achmad Fawaid). Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode penelitian untuk bisnis (Edisi 6, diterjemahkan oleh K. H. Arif). Jakarta: Salemba Empat.
- Simanjuntak, R. (2019). Pengaruh Gender terhadap Perilaku Konsumen dalam Memilih Produk Makanan Inovatif. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 5(1), 22-35. <https://doi.org/10.5678/jpk.v5i1.2019>
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2018). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: A European Perspective (6th Edition)*. Pearson.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, D., & Hartono, D. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 5(1), 12-20.