

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2014). *Strategic Market Management (10th Ed.)*. John Wiley & Sons. https://books.google.com/books/about/Strategic_Market_Management.html?id=Example
- Ahujae, D. (2013). *Manajemen*. Raja Grafindo Persada. <https://www.scribd.com/document/450258009/Pengertian-Manajemen-Menurut-Para-Ahli>
- Arndt, J. (1967). Role Of Product-Related Conversations In The Diffusion Of A New Product. *Journal Of Marketing Research*, 4, 291–295.
- Arnita, V. (2018). Pengaruh Orangtua Terhadap Mahasiswa Akuntansi Dalam Pemilihan Karir Menjadi Profesi Akuntan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 4(2), 19. <https://doi.org/10.31289/jab.v4i2.1818>
- Dama, D., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado Analysis Of Factors Affecting Interest Buy Consumers In Selecting Acer In Lestari Store Manado. In *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* (Vol. 16, Number 01).
- Diana, P. A., & Santoso, B. S. (2016). Pengaruh Perputaran Kas, Piutang, Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Semen Di Bei. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 5(3).
- Erisca, V., & Jalari, M. (2024). Pengaruh Brand Image, Persepsi Kualitas Dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *JAMBURA*, 6(3). <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Faris, A., Khair, N., & Anggrainie, J. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Kota Depok). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 9419–9421.
- Fazrin, A. A., & Safira, M. S. (2022). Hubungan Electronic Word Of Mouth dan Ekuitas merek Terhadap Loyalitas Konsumen Hpsamsung. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 98–111.
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Pada Kepuasan Dan Keterlibatan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Niat

Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal Of Theory And Applied Management*, 13(3), 254.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>

Fernanda, E. R. (2024). *PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE/PHONE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.

George, R. T. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi*. Bumi Aksara.
https://books.google.co.id/books/about/Dasar_Dasar_Manajemen_Edisi_Revisi.html?id=-6umeaaaqbaj&redir_esc=y

Gesi, B., Rahmat, L., & Fauziah, L. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 51–66.

Haiman, T. (1982). *Supervision: Concepts And Practices Of Management*.
https://books.google.co.id/books/about/Supervision.html?id=Jrjwaaaayaa&redir_esc=y

Hsieh, M. H., Pan, S. L., & Setyono, R. (2004). Product-, Corporate-, And Country-Image Dimensions And Purchase Behavior: A Multicountry Analysis. In *Journal Of The Academy Of Marketing Science*. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 32(3), 251–270.

Kalele, B., Oroh, S. G., Sumarauw, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2015). Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Effect Of Word Of Mouth, Attraction Ads, Price Of Perception And Product Quality To Buying Interest Motorcycle Satria Fu On Pt. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal Emba*, 3(3), 451–462.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. Pearson Education Limited.
https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?id=Ubfwtweacaaj&redir_esc=y

Lavens, M. (2010). *Marketing: Defined, Explained, Applied*. NJ: Pearson Education.
https://books.google.co.id/books/about/Marketing.html?id=Obtgygeacaaj&redir_esc=y

- Navira, A., & Hasibuan, B. E. (2024). *ANALISIS PENGARUH WORD OF MOUTH DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (Studi Kasus Pada Toko Fdstoredi Kota Tebing Tinggi)*.
- Rhosyadah. (2023). *PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONESAMSUNG*.
- Saputra, D. A., Marcelina, S., Sari, R. R., Amalia, D. R., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Sungkono, U. M. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone Pada Mahasiswa Di Universitas Mayjen Sungkono Kota Mojokerto The Influence Of Word Of Mouth And Brand Image On The Purchase Decision Of Iphone Brand Smartphones Among Students At Universitas Mayjen Sungkono, Mojokerto City. *Cermin: Jurnal Penelitian*, 7(2). https://doi.org/10.36841/Cermin_Unars.V7i2.3951
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th Ed.)*. Pearson Education. <https://elibrary.pearson.de/book/99.150005/9781292269269>
- Sernovitz, A. (2009). *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Kaplan Publishing. https://books.google.com/books/about/Word_of_Mouth_Marketing.html?id=Example
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*.
- Sofiani, S., Colline, F., & Bisnis, M. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 18(2), 89–108.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being (13th Ed.)*. Pearson Education. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292318202_A39573226/Preview-9781292318202_A39573226.pdf
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. <https://www.scribd.com/document/671612229/Sugiyono-2013-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-R-D-1>
- Sulistiyawati, W., & Trinuryono, S. (2022). Analisis (Deskriptif Kuantitatif) Motivasi Belajar Siswa Dengan Model Blended Learning Di Masa Pandemi COVID19. *Kadikma*, 13(1), 68–73.

- Suparyanto, & Rosad, A. (2010). *Suparyanto, & Rosad, A. (2010). Manajemen Pemasaran.* Andi Offset.
https://www.researchgate.net/publication/372551029_MANAJEMEN_PE_MASARAN
- Sutisna, A. (2012). *Pemasaran Dan Komunikasi Bisnis.* Alfabeta.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/5038/perilaku-konsumen-komunikasi-pemasaran.html>
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Pemasaran.* Andi Offset.
<https://scholar.google.com/citations?user=FqIncuuaaaj&hl=en>
- Yunita, O. V. N., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk H&M Di Kota Surabaya Dengan Electronic Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderator. *SEIKO: Journal Of Manajemen Bisnis*, 5(2), 563–572.