

REFERENCES

- Adeyani, I., & Anggraini, T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(2), 47–66. <https://doi.org/10.51178/jecs.v3i2.298>
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–5. <http://ojs.stai-ibnurusyd.ac.id/index.php/jpib/article/view/86>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Amelia, R., Hartini, T., & Desiana, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Perumahan Griya Barangan Indah Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(1), 781–788. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/1582>

- Anasta, L., & Nengsih. (2019). Peranan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (pada Kabupaten dan Kota di Jawa barat). *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 12(1), 50–55. <https://doi.org/10.22441/profita.2019.v12.01.004>
- Andika, R. D., & Prisanto, G. F. (2019). Pengaruh Brand Personality dan Brand Experience terhadap Emotional Brand Attachment pada Merek Vespa. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(2), 179–188. <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/311>
- Andriani, N. K. A., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh Brand Image, Promotion, Word of Mouth terhadap Purchase Decision MS Glow di kota Denpasar. *Jurnal EMAS*, 4(12), 2862–2873. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/83220>
- Ardhini, Z. (2023, March 8). Pengertian Skala Likert, Metode, dan Contohnya untuk Penelitian. *Detikbali*. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6607480/pengertian-skala-likert-metode-dan-contohnya-untuk-penelitian>
- Ariyanti, W. S., & Fatihudin, D. (2024). Pengaruh Word of Mouth, Kepercayaan, dan Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Modal Usaha. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 196–207. <https://journal.um-surabaya.ac.id/improvement/article/view/22691>
- Asenahabi, B. M. (2019). Basics of Research Design: A Guide to selecting appropriate research design. *International Journal of Contemporary Applied Researchers*, 6(5), 76–89. <https://www.ijcar.net/assets/pdf/Vol6->

No5-May2019/07.-Basics-of-Research-Design-A-Guide-to-selecting-appropriate-research-design.pdf

- Aulia, A. R., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “A Land of Harmony” terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 67–75.
<https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/182>
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1).
<https://ejournal.ubharajaya.ac.id/index.php/JIMU/article/view/2797>
- Bangun, C. S., Suhara, T., & Husin, H. (2023). Penerapan Teori Planned Behavior dan Perceived Value pada Online Purchase Behavior. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 123–134. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2074>
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Panji Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11.
<https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878>
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.114>

- Darsih. (2021). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Studi pada PT. Lautan Berlian Utama Motor Lahat. *JEM: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 7(1), 79–93. <https://core.ac.uk/download/pdf/479063913.pdf>
- Ekowati, S., Fintahiasari, M., & Aslim. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilimiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1), 108–124. <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i1.555>
- Faaizah, N. (2023, November 13). Apa Saja Contoh Data Primer? Berikut Contoh dan Metode Pengumpulannya. *Detikedu*. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7034653/apa-saja-contoh-data-primer-berikut-contoh-dan-metode-pengumpulannya#:~:text=Data%20primer%20adalah%20data%20yang,se%20diri%20untuk%20mendapatkan%20data%20primer.>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Penerbit Deepublish.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & A.D., Y. S. M. (2021). Word of Mouth Marketing Berpengaruh terhadap Keputusan Kuliah. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen*

Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 30–42.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

Fikriansyah, I. (2024, January 17). Ketahui Variabel Dependen dan Independen dalam Penelitian Kuantitatif. *Detikedu*.
<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7145828/ketahui-variabel-dependen-dan-independen-dalam-penelitian-kuantitatif>

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media.

Gildin, S. Z. (2022). Understanding the Power of Word-of-Mouth. *Revista De Administração Mackenzie*, 4(1), 92–106. <https://doi.org/10.1590/1678-69712003/administracao.v4n1p92-106>

Hendrawan, A. K. & Andi Hendrawan. (2020). Gambaran Tingkat Pengetahuan Nelayan tentang Kesehatan dan Keselamatan Kerja. *Jurnal Sainlara*, 5(1), 26–32. <https://amn.ac.id/ojs/index.php/saintara/article/view/90>

Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105. <https://doi.org/10.21831/jim.v17i2.34783>

Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. *Asy-Syarikah Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1). <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi dan Harga terhadap Minat Wisatawan Berkunjung pada Wisata Wego Lamongan. *Jurnal Ecopreneur*.12, 4(2), 122–131. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Istiana, L. F., & Haryanto, R. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Tabarak Pada BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, 1(1), 30–48. <https://doi.org/10.19105/mabny.v1i01.4631>
- Kosmos, P. (2023). *Cara Memilihan Teknik Analisis Data yang Tepat Dan Benar*. Telkom University. <https://dac.telkomuniversity.ac.id/cara-memilihan-teknik-analisis-data-yang-tepat-dan-benar/#:~:text=Teknik%20analisis%20data%20adalah%20proses,keputusa n%20berdasarkan%20informasi%20yang%20ditemukan>.
- Kurniawati, F. A., Salam, I., & Abdi. (2023). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Selada Hidroponik Secara Online dengan Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB). *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(6), 576–587. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen*

Modal Insani Dan Bisnis, 1(1), 128–136.
<https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/13>

Latief, R. (2019). *Word of Mouth Communication: Penjualan Produk*. Media Sahabat Cendekia.

Lukito, W. A., & D, A. F. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.
<http://www.djournals.com/arbitrase/article/view/105>

Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *FIHRIS: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40–59.
<https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>

Mishra, P., Pandey, C. M., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive Statistics and Normality Tests for Statistical Data. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(1), 67. https://doi.org/10.4103/aca.aca_157_18

Nurlina, F., & Sas'ari, U. (2022). Marketing Mix, Implementation of Marketing Strategies in Health Services: Literature Review. *Healthcare Nursing Journal*, 4(1), 260–264. <https://doi.org/10.35568/healthcare.v4i1.1871>

Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1–8.
<https://ejournalunsam.id/index.php/jse/article/view/1292>

- Nyutu, E., Cobern, W. W., & Pleasants, B. A. (2019). Correlational Study of Student Perceptions of their Undergraduate Laboratory Environment with respect to Gender and Major. *International Journal of Education in Mathematics Science and Technology*, 9(1), 83–102. <https://doi.org/10.46328/ijemst.1182>
- Octoria, D. (2022, November 15). Rumus Standar Deviasi: Pengertian, Fungsi, Jenis, dan Contoh. *Detikbali*. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6407981/rumus-standar-deviasi-pengertian-fungsi-jenis-dan-contoh>
- OJK. (n.d.). *Sewa Guna Usaha (Leasing)*. Sikapi Uangmu. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/82>
- Patel, M., & Patel, N. (2019). Exploring Research Methodology: Review Article. *International Journal of Research & Review*, 6(3), 48–55. https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.6_Issue.3_March2019/IJRR0011.pdf
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Rinaldi, M., Prayudyanto, M. N., & Syaiful. (2021). Persepsi Masyarakat terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek dengan Metode Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan, Infrastruktur Dan Industri Jasa Konstruksi (KIIJK)*, 1(1), 309–315. <https://prosiding.uika-bogor.ac.id/index.php/kiijk/article/view/364>

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik Pendidikan dan Eksperimen*. Penerbit Deepublish.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 409–418. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Sari, P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, 8(1), 147–155. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sarjana, N. (2023, July 26). Definisi Data Sekunder dan Cara Memperolehnya. *Detikedu*. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6843072/definisi-data-sekunder-dan-cara-memperolehnya#:~:text=Data%20sekunder%20adalah%20sekumpulan%20informasi,web%2C%20buku%2C%20dan%20sebagainya>.
- Sartika, L., & Kanya, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 217–229. <https://doi.org/10.36555/almana.v3i2.913>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Setyaningsih, & Suprpto, H. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image terhadap Pengambilan Keputusan Kredit pada Debitur Kredit Usaha

- Rakyat BNI Magelang. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(8), 17–25. <https://doi.org/10.36418/comserva.v1i1.92>
- Shaid, N. J. (2022, October 21). Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Fungsinya. *KOMPAS.com*.
<https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/apa-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya?page=all>
- Sholeha, N. W. (2024, March 26). Uji Hipotesis dalam Penelitian: Pengertian, Ciri, Jenis, Prosedur, dan Contohnya. *Detikedu*.
<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7262807/uji-hipotesis-dalam-penelitian-pengertian-ciri-jenis-prosedur-dan-contohnya>
- Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Review Product terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah pada Mahasiswa UNAI. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial Dan Humaniora*, 3(8), 12–25.
<https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/730>
- Sitanggang, D. D. K. P. (2022, August 12). Pengertian Instrumen Penelitian, Jenis, dan Contohnya. *Detikjabar*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6230758/pengertian-instrumen-penelitian-jenis-dan-contohnya>
- Sudariana, N., & Yoedani. (2021). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transactions on Management and Business*, 2(2).
<https://seniman.nusaputra.ac.id/index.php/seniman/article/view/40>
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., Sudarso, A., Purba, B., Purba, S., Yuniwati, I.,

- Hidayatulloh, A. N., HM, I., & Suyuthi, N. F. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Tj, H. W., Saparso, & Tamzil, A. K. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi oleh Brand Image pada Produk Jasa Pembiayaan Kredit Mobil. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 594–612.
<https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3712>
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Andi Offset.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. CV Multi Pustaka Utama.
- Wardani, R. K., & Manalu, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INTELEKTIVA: Jurnal Ekonomi, Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 88–95.
<https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/666>
- Wibisono, A., Rofik, M., & Purwanto, E. (2019). Penerapan Analisis Regresi Linier Berganda dalam Penyelesaian Skripsi Mahasiswa. *Jurnal*

- ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(1), 30–35.
<https://doi.org/10.29407/ja.v3i1.13512>
- Wihara, D. S. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Di Lembaga Perkreditan Desa “Marto Nugroho” Desa Rowomarto Kecamatan Patianrowo Kabupaten Nganjuk. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(1), 15–27.
<https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i1.720>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yoga, N. M. A. T. & Imam Mukhlis. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Pengajuan, Promosi terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia KC Malang Soetta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(1), 91–104. <https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p91-104>
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.289>
- Zakaria, R. (2020). Pengaruh Word of Mouth dan Atribut Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Helm NHK Masyarakat Kecamatan Ulok Kupai. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 40–53.
<https://www.jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/4>

Zaki, M., & Saiman. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2476872>

