

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, K. (2005). *Al-Qur'an dan Terjemahannya (Ayat Pojok Bergaris)*. Semarang : CV.Asy Shifa.
- Agama, K. (2010). *Syamil qur'an Bukhara tajwid dan terjemah*. Bandung: Syamil Qur'an.
- al., G. e. (2006). eWord : The Impact of Customer-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, Vol 59, Page 449-458.
- al., P. B. (Maret 1995). Word Of Mouth Effects on Short Trem and Long Trem Product Judgments. *Journal Of Business Reasearch*, Vol 32, No 3 , Page 213-223.
- Ali, D. T.-S. (2022). Islamic Consumer Behavior: An Analysis of Purchase Decisions in the Context of Islamic Principles. *Journal of Islamic Marketing and Management*, Vol. 14, No. 2.
- Al-Mubarak, D. A. (2015). *Islamic Marketing: Theory and Practice*. Malaysia: International Islamic University Malaysia.
- Al-Qur'an, L. P. (t.thn.). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Syamil Qur'an.
- Armstrong, P. K. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, P. K. (2021 (Edisi 18)). *Principles of Marketing*. London, Inggris: Pearson.
- Armstrong, P. K. (2021). *Principles of Marketing*. London, Inggris: Pearson.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen pemasaran dasar, konsep dan strategi*, Edisi pertama. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Avianola Nema Ifany, A. W. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN LABELHALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMPEK BERINGIN DI KOTA PALEMBANG. *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi*, Hlm 10-19.
- Berger, J. (2014). Word Of Mouth and Interpersonal Communication: A Functional View. *Journal Of Consumer Psychology*, Vol 24, Issue 4, Page 586-607.
- Billy Dewantara, F. A. (2023). The Effect Of Profitability, Liquidity And Company Size On Disclosure Of Financial Statements On The Jakarta Islamic Index. *Asean International Journal of Business*. Vol.2, No.2, Page 137-1.

- Cengiz, E. d. (2007). The Effect Of Marketing Mix on Positive Word Of Mouth Communication: Evidence From Accounting Offices in Turkey. *Journal Innovative Marketing, Vol 3, Issue 4,*, Page 74-86.
- Charles W Lamb, J. F. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Selembah Empat.
- D. Sundaram, a. W. (t.thn.). The Role Of Brand Familiarity on the Impact Of Word Of Mouth Communion On Brand Evaluations,. *Advances in Consumer Research, Vol 26, Page 664-670*.
- Damayanti, A. D. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Bantul (Studi Pada Perumahan Pondok Permai Giwangan). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha. Vol. 1, No.2,* hlm 27.
- Desiana, F. a. (2020). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi dengan SPSS Jilid 1*. Palembang: Rafah Press.
- Diem, L. D. (2021). Financial Distress Ditinjau Dari Leverage, Intangible Asset, Tangible Asset Dan Ukuran Perusahaan. *Journal on Islamic Finance Vol.07 No. 02* , Hlm 71-84.
- Dr. Abdul Rahman Al-Humaidi, D. S. (2020). Islamic Pricing Strategies: Principles and Practices. *Journal of Islamic Marketing: Emerald Publishing*, Vol. 11, No. 1.
- Dr. Hassan A. Ibrahim, D. N. (2022). Islamic Urban Planning and Its Implications for Business Locations. *Journal of Islamic Architecture and Urban Planning: Wiley*, Vol. 14, No. 1.
- Dr. Shahid Ali, D. M. (2020). Quality Indicators for Islamic Marketing: A Conceptual Framework. *Journal of Islamic Marketing: Emerald Publishing*, Vol. 11, No. 1.
- Edward, P. R. (2014). Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk smartfen andromax. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 2, No 1.* , Hlm 1-16.
- Ervinawati, I. d. (2019). Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memili dan WOM (Word Of Mouth) sebagai Moderating Variable Pada Mahasiswa Akademi Kebidanan Salma di Kabupaten Siak. *Jurnal Menara Ilmu, Vol.13, No.3,* Hlm 69-76.
- Fathoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fauziah, T. P. (t.thn.). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik wardah Pada Masyarakat Di Kota Jembe*.

Dipetik Januari 14, 2024, dari
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9139>

- Gemala Cahya, N. E. (2023). Analisis Pemilihan Toko Pempek Berdasarkan Karakteristik Konsumen Pempek Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu-ilmu Perikanan dan Budidaya Perairan, Vol. 18, No.1*, Hlm 60-68.
- Ghozali, I. (2007). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Cetakan 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harti, A. D. (t.thn.). Dipetik Agustus 12, 2022, dari
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/16760/15225>
- Haryadi, D. (Januari 2013). Pengaruh produk, harga, promosi dan distribusi Terhadap keputusan pembelian konsumen Pada produk projector microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 1, No 1,*.
- hasan, A. (2010). *Marketing Mulut Ke Mulut (Word of Mouth)*. Yogyakarta : Media Press.
- Hasan, I. (2001). *Manajemen operasional perspektif integrative*. Malang: UIN Malik Press.
- hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen, 95-105*.
- Ibrahim, P. M. (2016). Pengaruh lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen bisnis properti (Studi kasus perumahan villa gardenia tipe 75 PT. Bintang Properti Panam-Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM), 4*.
- Ihalauw, P. d. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Irawan, B. S. (2005). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Libberty.
- Kamali, D. M. (1999). Ethics in Islam: Its Implications for Business and Economics. *Islamic Texts Society*, ISBN: 978-0946621679.
- keller, K. &. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi ke 12, Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1,*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. (2022). *Marketing management*. London, Inggris: pearson.
- Khan, D. M. (2019). Islamic Business Ethics: Theory and Practice. *Islamic Economics and Finance Review*, vol.10, No.2, Hlm 45-62.
- Kotler dan Amstrong. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran , Jilid 1, Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.

- Kusumadewi, K. e. (2022). Peran Word Of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen, Vol 11, No 3*, Hlm 443-463.
- Lestari, T. D. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki di Ciputat . *Jurnal HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings) Vol.01, No.2*.
- Litriani, R. A. (t.thn.). *Modul Panduan Pratikum SPSS*.
- Malonda Deisy, J. L. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai=Gerai Seluler Di IT Center Manado. *Jurnal EMBA, vol. 6, No. 4*, Hlm 2288-229.
- Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur Path Analysis, Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta: Rineka Citra.
- Muanas, A. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Kasara.
- Muhamad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Natanael, S. d. (2014). *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ni Putu dinda, P. P. (2019). Peran Word Of Mouth Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen, Vol 8, No. 9*, Hlm5442-5461.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nur Sakina, & F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol 22 No. 2*, Hlm 192-202.
- Olson, J. p. (2021 (Edisi 11)). *"Consumer Behavior: A Strategic Approach"*. Boston, Massachusetts, USA: Cengage Learning.
- Panggabean, E. C. (2023). Analisis Pengaruh Word of Mouth dan Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ribur Korean Cuisine. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, Vol 4, No.3*, Hlm 158 - 165.
- panorama, M. d. (2017). *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.
- Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Selatan Triwulan IV-2021, BRS No. 12/02/16/Th.XXIV, 7 februari 2021*. (t.thn.). Dipetik November 2022, dari <https://sumsel.bps.go.id/pressrelease/2022/02/07/684/laju-pertumbuhan->

ekonomi-provinsi-sumatera-selatan-triwulan-iv-2021--yoy--tumbuh-5-12-persen--.html

- Pratiwi, A. (2016). *“Pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli pada pasar tradisional argosari wonosari”*, Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prawoto, A. T. (2017). *Analisis Regresi Linier dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- R. M. Baron and Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 51, No. 6, Page 1173-1182.
- rangkuti, F. (2009). *Mengukur Efektifitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ricardo Parlindungan, d. F. (2016). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan dan Pelanggaran Pelaturan Keuangan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Dimediasi Leverage (Studi pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar Di Bursa. *Account: Ricardo Parlindungan, Fernando Africano*, hal. Hlm 455-465. Dipetik 5 10, 2024
- Rika Lidyah, L. D. (2018). Pengaruh Corporate Governance, Tekanan Keuangan, Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi. *Konferensi: Festival Ekonomi Islam 2018 (Peran Ekonomi Dan Keuangan Syariah Dalam Sustainable Development Goals(SDG))*, (hal. Hlm 1-25).
- Rivai, V. (t.thn.). *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosen, E. (2000). *Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut (The Anatomy of Buzz)*. Jakarta: PT. ELEX Komputindo.
- S. P. Melati, R. d. (2013). Pengaruh produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah pada perumahan Graha Candi Golf Semarang. *Jurnal Ilmu Administrast Bisnis, Vol.2, No.2*, Hlm 4.
- Saiman, L. (t.thn.). *Kewirausahaan: Teori, Praktik dan Kasus-kasus edisi 2*. Jakarta: Salemba.
- Sangadji, S. d. (2016). *Salesmanship : kepenjualan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Setiawan, A. W. (2015). Pengaruh Bauran pemasaran Terhadap Komunikasi Word Of Mouth. *Jurnal Ilmu dan Rist Manajemen, Vol 4, No 2*, , Hlm 1-18.

- Siddiqi, D. M. (2004). *Riba, Bank Interest and the Rationale of its Prohibition*. Islamic Foundation.
- Silverman, G. (2006). *Ağızdan Ağıza pazarlama, Mediacat Yayinlari*. Istanbul.: Çevieren :Ender Orfanli.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Manual & SPSS*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Siti Rochmah, d. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Marketing Mix Terhadap Keputusan Untuk Masuk STIE Semarang yang Diintervening Word Of Mouth. *Jurnal Stie Semarang, Vol 9, No. 1*, Hlm 90-97.
- Solomon, M. R. (2022 (Edisi 13)). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. London, Inggris: Pearson.
- Sugiono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif dan kombinasi (Mixed Metode)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartomo, Y. A. (2010). *Analisis Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pemilihan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, (Skripsi),. Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah,.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suyoto, D. (2011). *Praktik SPSS Untuk Kasus*. Yogyakarta: Nuha Medika .
- Swastha, B. (2014). *Manajemen Penjualan*, Edisi 3 Cetakan 8. Yogyakarta: BPFE.
- Syaloom Wowor, J. D. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Seruput Caffe Company Tomohon di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA, Vol.9 No.3*, Hlm 1472 - 1481.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasara*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, .
- Vircinia Fine Ananda Rombon, F. A. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. . *Jurnal Productivity, Vol. 2 No. 3*, e-ISSN. 2723-0112.

- Widaya, Y. P. (2019). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT Tunas Indonesia Tours & Travel Cabang Yogyakarta). *Jurnal Of Tourism And Economic*, Vol.2, No. 1, Page 66-75.
- Wijayanto, N. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemn Bisnis* , Vol 2, No. 2, Hlm 99-110.
- Yaman, Z. (2018). The effect word of mouth marketing on the purchase behavior via brandimage and perceived quality. *moutenegrin jurnal of economics*, Vol 14, No. 2, 172-182.
- Yang, J. M.-u. (t.thn.). Did you tell me the trusth? The influence of online community on eWOM. *International journal of market research*, Vol 54, No3,, Page 369-389.
- You, Y. G. (2015). A meta-analysis of electronic word of mouth elasticity. *Journal of marketing*, Vol 79, No 2., Page 19-39.
- Yusuf Suhardi, A. B. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol 4, No. 2, Hlm 583-592 .