

DAFTAR PUSTAKA

- Khan, S. A., Ramzan, N., Shoaib, M., & Mohyuddin, A. (2015). Impact of word of mouth on consumer purchase intention. *27*(1), 479–482.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN CONTINUOUS FORM MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, *13*(1), 67. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- imtihan, iim. (2018). Analisis Tingkat Pendidikan Dan Pendapatan Dalam Upaya Pengembangan Umkm Di Kota Padang. *Economica*, *7*(1), 29–39. <https://doi.org/10.22202/economica.2018.v7.i1.2856>
- Erika, C., Fatimah, A., & Akbar, P. (2009). The Effects Analyzing Of Looking For Word Of Mouth Communication With Active And Brand Trust To Purchase Decision (Case Study : PT. Bakrie Telecom). *Jurnal Komunikologi*, *6*.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(6), 1–15.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *3*(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Valuta*, *4*(1), 71–85.
- Hafni, R., & Rozali, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (umkm) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*, *15*(2), 77–96. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1034/pdf_58
- UU No. 20 Tahun 2008. (2008). UU No. 20 Tahun 2008. UU No. 20 Tahun 2008, 1, 1–31.
- Kartikasari, D. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, *3*(2), 74110.

- Basri, N. A. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 324–331. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). A study on Demonetization and its Impact on Corruption and Black Money. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(5), 597–610. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber Merek ASUS). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 56(1), 75–81.
- Foster, B. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>
- Hendri Sukatjo, S. R. A. (2010). Analisis Marketing Mix-7P(Produk, Price, Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mytra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Handphone, P., Pada, S., Gerai, S., & Seluler, G. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai À Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20997>
- Khalida, J., & Yulianto, E. (2016). (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 / 2014 Universitas Brawijaya Malang yang Pernah Membeli dan Menggunakan Smartphone Samsung). 35(1), 59–67.
- Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT . Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 39(2), 105–111.
- Suprihati, & Utami, W. B. (2015). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13(01), 104–116.
- Hartini, S., & Syahril, M. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Ponsel (Studi Kasus Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pakuan Bogor). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Ponsel (Studi Kasus Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pakuan Bogor), 12.

- Kusumah, R. (2015). Analyze the Effect of Trust, Price, Quality and Perceived Risk Toward Consumer Purchase Behavior in Online Shops Instagram. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 355–366.
- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).
- Cellphone, X., & Manado, D. I. (2015). THE INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOR ON PURCHASE DECISION XIAOMI CELLPHONE IN MANADO. 3(2), 917–927.
- Miauw, K. Y. H. (2016). Motivasi Konsumen Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Wild. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 567–575.
- Musa, M. I. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Economix*, 5(1), 181–192.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Sugiharto, S., & Setiawan, W. (2014). Pengaruh Marketing mix terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–8.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18675>
- Widiartanto, N. F. (2018). Pengaruh Word of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio. *Diponegoro Journal of Social and Political*.
- Nugraha. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1), 1–7. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3366>
- Sutomo, H., Sukanata, I. K., & Martani, K. R. (2015). JURNAL AGRIJATI VOL 28 NO 1, APRIL 2015 PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PEPAYA CALIFORNIA Harwan Sutomo, I Ketut Sukanata, dan Kadinda Retno Martani. *Agrijati*, 28(1), 114–144.
- Laela, T. D. F. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya. *Jurnal Ekonologi*, 2(April), 131–134. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1137>

- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Adil, A., Asdar, M., & Ismail, M. (2018). The Influence of Customers Involvement and Brand Trust on Decisions of Purchase of Products Through Intention to Buy as Intervienning Variable (Study on Eiwa Instagram Account). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 1(3), 37–50.
- Wahyuningsih, S. (2009). Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 5(1), 1–14.
- Maria, K.H. (2012). Pengaruh Brand Image Simapti terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Institut Teknologi Telkom, dan Politeknik Telkom Bandung). Bandung. Perpustakaan Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
- Lotulung, S. C., J. Lespian, dan S. Moniharapon. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercross Pada CV. Tristas Jaya Globalindo Manado. *Jurnal EMBA*. 3(3). 817-826.
- Suharyono, F. A. A. N. dan A. K. Kusumawati. (2015). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 22(1): 1251-1258.
- Alpita, R. (2015). Pengaruh Word of Mouth Dan Customer Community Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion Di Bangkinang Kota. *JOM FISIP*. 2(2): 1531- 1545.
- Deary Putriani, J. S. E. A. M. N. I. D. N. (2016). Icb (Indonesian Culture in Batik): USAha Batik Kreatif Bermotif Budaya-budaya Indonesia. *Pelita*, XI(1), 66–77.
- Saad Aslam. (2011). Effect of Word of Mouth on Consumer Buying Behavior. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2(3), 497–507. <https://doi.org/10.5901/mjss.2011.v2n3p497>
- Anisyah, Y., & Atmanti, H. D. (n.d.). ANALISIS PERKEMBANGAN INDUSTRI BATIK SEMARANG Yulianita Anisyah Hastarini Dwi Atmanti, SE, MSi. 000.
- Tamaya, Vicka, Susi Sulandari, D. L. (2013). Optimalisasi Kampung Batik Dalam Mengembangkan Industri Batik Semarang di Kota Semarang. *Administrasi Publik*, 1–14.

- Permadi, P. (2014). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP WORD OF MOUTH DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 10(1), 82184.
- Tingkat Pengangguran (2013-2017). (2018). In Badan Pusat Statistik. *Tingkat-pengangguran-di-indonesia*
- Nu, H. (2004). (Tabel 1). (Vol. 53, Issue april, pp. 53–54).
- Astuti, R., Silalahi, R. L. R., & Wijaya, G. D. P. (2015). Marketing Strategy Based on Marketing Mix Influence on Purchasing Decisions of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall (MOG), Malang City, East Java Province, Indonesia. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 67–71. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2015.01.015>
- Awareness, P. B., & Image, B. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.15294/maj.v1i1.505>
- Alvarado Díaz, J. A. (2016). No Title. June, 1–9. Pengaruh Kualitas produk, Brand Engagement dan Brand Trust terhadap keputusan pembelian
- Saleh, S. (2019). Hubungan Brand Image dengan keputusan pembelian kasur merek Serenity. 1, 344–355.
- Rachman, R., & Abadi, T. W. (2017). Komunikasi Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. *Aspikom*, 3(2), 285–295.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>
- Rahmawati, S. N., Achsa, A., & Destiningsih, R. (2018). Strategi Penguatan Kinerja Pemasaran Pengrajin Batik Melalui Pengembangan Modal Sosial Pada Kampung Batik Kota Semarang. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3(2), 379–392. <https://doi.org/10.31002/rep.v3i2.1044>
- Rachman, R., & Abadi, T. W. (2017). Komunikasi Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan. *Aspikom*, 3(2), 285–295.
- Aspan, H. (2017). The Effect of Halal Label , Halal Awarness , Product Price , and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). 1(1), 55–66. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>
- Khan, S. A., Ramzan, N., Shoaib, M., & Mohyuddin, A. (2015). Impact of word of mouth on consumer purchase intention. 27(1), 479–482.

Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.