

Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri Tahun 2025

Machsun^{1*}, Abdul Halik², Siti Mujanah³

STIE IBMT Surabaya¹

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya^{2,3}

Corresponding Author: machsun.bb@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: word of mouth, quality, price, purchasing decisions

Received : 12, Oktober

Revised : 7, November

Accepted: 4, Desember

©2025 The Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](#).



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of word of mouth, product quality and price on purchasing decisions for Kodok Ngorek ikat weaving in Kediri City. This research is an analytical observational study with a cross-sectional approach. The sampling technique used was simple random sampling. The population was all consumers of Kodok Ngorek ikat weaving in Kediri City. The sample size was 103 respondents. The independent variables were word of mouth, product quality, and price. The dependent variable was the purchasing decision. Statistical analysis used logistic regression. The results of the analysis show that word of mouth (0.005), product quality (0.001) and price (0.003) influence the purchasing decision to Tenun Ikat Kodok Ngorek.

PENDAHULUAN

Tenun merupakan salah satu tipe tekstil yang mendapat asumsi positif di masyarakat. Seiring dengan berkembangnya peradaban penduduk di sesuatu daerah, kain tenun Indonesia sudah mengalami sejarah yang cukup panjang. Tenun ikat termasuk salah satu jenis metode menenun. Pembuatannya dengan cara mengikat bermacam bagian benang jadi satu menurut pola ataupun corak tertentu agar supaya tidak terpengaruh oleh pewarnaan. Kebalikannya, bagian-bagian yang tidak diikat berubah warna sesuai warna yang dicelupnya, sehabis itu ditenun semacam biasa.

Tenun ikat yang berasal dari Kota Kediri ataupun yang biasa diketahui dengan nama tenun ikat Bandar Kidul mempunyai sejarah yang cukup panjang dalam pertumbuhan tenun ikat di Nusantara. Dalam perkembangannya, penciptaan tenun ikat Kediri hadapi pasang surut. Modernisasi yang semakin berkembang mempengaruhi pola hidup masyarakat. Banyak produk-produk kain masa kini yang mulai menggeser produk kain tenun ikat sehingga mengakibatkan penurunan tingkat penjualan. Permasalahan tersebut juga dialami oleh Produk Tenun Ikat Kodok Ngorek Kota Kediri.

Sikap konsumen merupakan tahapan yang ditempuh serta dicoba oleh seseorang orang ataupun kelompok dalam rangka penuhi kebutuhan serta keinginannya. Sikap

pembelian konsumen ialah perihal yang unik, sebab preferensi tiap orang terhadap sesuatu produk berbeda-beda.

Pengambilan keputusan konsumen merupakan pertimbangan penting pada pemasar lantaran bergantung pada keputusan yang dibuat oleh konsumen untuk memutuskan apakah mereka ingin membeli atau tidak. Kotler menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian. Ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian antara lain Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis.

Word of Mouth merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pendapat tersebut sejalan dengan penelitian Andre (2023) yang menyatakan bahwa Word Of Mouth berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2009) Word of Mouth adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antara orang-orang yang berbagi minat atau pengalaman dalam membeli atau menggunakan produk atau layanan. Masturi dan Hardini (2017). Word of mouth merupakan komunikasi dari mulut ke mulut dengan cerita yang berupa kesan dari konsumen kepada temannya terkait suatu pelayanan dan promosi yang menyenangkan dari sebuah produk atau jasa. (Siswanto dan Maskan 2020)

Harga merupakan juga salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya. Lupiyadi menyatakan bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen untuk membeli suatu produk.(Rambat, 2001). Selain itu kualitas juga menjadi faktor dalam keputusan pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa Harga dan kualitas menjadi dua hal yang sangat di pertimbangkan oleh konsumen dalam membeli barang yang diinginkan.(Etta,2013)

Kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan membeli atau tidak suatu produk. Kualitas produk menunjukkan sejauh mana suatu produk dapat berfungsi dengan optimal. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti daya tahan, ketelitian, kemudahan dalam penggunaan, inovasi produk, dan elemen-elemen bernilai lainnya.(Sisno,2020).

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri.

TINJAUAN PUSTAKA

Word of Mouth

Menurut Ali Hasan (2010) Word of Mouth adalah aktivitas di mana konsumen menyampaikan informasi secara nonkomersial kepada konsumen lain tentang merek, produk, atau jasa dalam interaksi antarpribadi (Hasan,2010). Word of Mouth adalah bentuk komunikasi yang mendorong percakapan positif, saat seseorang cenderung mencari pendapat sebelum memutuskan untuk membeli, seseorang seringkali mempertimbangkan pendapat orang lain mengenai kualitas produk atau layanan (Andy Sernovitz,2012). Word of mouth informasi yang didapatkan langsung hasil komunikasi lisan personal seperti dalam lingkup keluarga, teman, tetangga, rekan bisnis dan sebagainya. (Ristianawati,2022)

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Kualitas produk menunjukkan sejauh mana suatu produk dapat berfungsi dengan optimal. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti daya tahan, ketelitian, kemudahan dalam penggunaan, inovasi produk, dan elemen-elemen bernilai lainnya.(Sisno,2020)

Harga

Harga didefinisikan sebagai sebuah takaran yang dihitung dengan nilai melalui penetapan proses negosiasi antara penjual dan pembeli yang ditunjukkan kepada konsumen, atau bisa juga ditetapkan oleh penjual untuk kesamaan nilai jual bagi semua pembeli.(Arif Fakhrudin,2022)

Harga adalah nilai yang mencerminkan manfaat produk dibandingkan dengan biaya produksinya. Konsumen biasanya menilai produk berdasarkan logika, termasuk bahan bakunya, dan manfaat tinggi seringkali diiringi dengan biaya produksi yang besar. (Fandy Tjiptono,2018)

Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk (Harahap, 2015). Kotler (2012:190) dalam Lubis dan Hidayat (2017) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli.

Hipotesis

1. Ada Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri
2. Ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri
3. Ada Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan pendekatan *crossectionl*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen tenun ikat Kodok Ngorek di Kota Kediri. Jumlah sampel sebanyak 103 responden. Variabel independennya adalah word of mouth, kualitas produk, dan harga. Sedangkan variabel dependen penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Analisis statistik menggunakan uji *regresi logistik*.

HASIL PENELITIAN

Word Of Mouth

Tabel 1. Distribusi Frekuensi variabel Word Of Mouth Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri Tahun 2025

Word Of Mouth	Frekuensi	Prosentase (%)
Kurang	62	60,2
Baik	41	39,8
Total	103	100,0

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan Word Of Mouth dalam kategori kurang yaitu sebanyak 62 orang (60,2 %).

Kualitas Produk

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Kualitas Produk Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri Tahun 2025

Kualitas Produk	Frekuensi	Prosentase (%)
Kurang	33	32,0
Baik	70	68,0
Total	103	100,0

Berdasarkan tabel 2. Diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan Kualitas Produk dalam kategori baik yaitu sebanyak 70 orang (68%).

Harga

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan harga Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri Tahun 2025

Harga	Frekuensi	Prosentase (%)
Tidak Terjangkau	46	44,7
Terjangkau	57	55,3
Total	103	100,0

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa harga dalam kategori terjangkau yaitu sebanyak 57 orang (55,3 %).

Keputusan Pembelian

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan keputusan pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri Tahun 2025

Keputusan Pembelian	Frekuensi	Prosentase (%)
Tidak Beli	45	43,7
Beli	58	56,3
Total	103	100,0

Berdasarkan tabel 4. diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa keputusan pembelian dalam kategori beli yaitu sebanyak 58 orang (56,3 %).

Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri

Tabel 5 Hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri Tahun 2025

Word Of Mouth	KeputusanPembelian				Total	Nilai sig.	Exp(B)/ Odds Ratio
	Tidak Beli		Beli				
	N	%	N	%			
Kurang	34	33,00	28	27,18	62		
Baik	11	10,67	30	29,12	41	0,005	4,140
Total	45	43,67	58	56,30	103		

Berdasarkan tabel 5 tentang hasil analisis data menggunakan uji regresi losgistik tentang pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai Odds rasio sebesar 4,140. Sehingga dapat dinyatakan bahwa adapengaruh Word Of MouthTerhadap Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri

Tabel 6 Hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang Pengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri Tahun 2025

Kualitas Produk	Keputusan Pembelian				Total	Nilai sig.	Exp(B)/ Odds Ratio
	Tidak Beli		Beli				
	N	%	N	%			
Kurang	23	22,33	10	9,70	33		
Baik	22	21,35	48	46,60	70	0,001	5,761
Total	45	43,7	58	56,3	103		

Berdasarkan tabel 6 tentang hasil analisis data menggunakan uji regresi losgistik tentang Pengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Odds rasio sebesar 5,761. Sehingga dapat dinyatakan bahwa adaPengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri

Tabel 7 Hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang Pengaruh harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri Tahun 2025

Harga	Keputusan Pembelian				Total	Nilai sig.	Exp(B)/ Odds Ratio			
	Tidak Beli		Beli							
	N	%	N	%						
Tidak Terjangkau	28	27,18	18	17,47	46					
Terjangkau	17	16,50	40	38,83	57	0,003	4,263			
Total	45	43,7	58	56,3	103					

Berdasarkan tabel 7 tentang hasil analisis data menggunakan uji regresi losistik tentang harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai Odds rasio sebesar 4,392. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada Pengaruh harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri.

PEMBAHASAN

Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji regresi losistik tentang pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai Odds rasio sebesar 4,140. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh Word Of Mouth Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri..

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Annisa Mutia Rahmah, & Ahmad Farhani (2024).yang menyatakan Ada pengaruh yang signifikan Word Of Mouth (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian yang sejalan juga dinyatakan oleh Malawenta S.(2021) bahwa Word of Mouth berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian lain yang mendukung penelitian ini dilakukan oleh Maknunah (2023)menyatakan bahwa word of mouthmemiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang juga sejalan dilakukan oleh Qomariah (2020) yang menyatakan bahwabahwa Word of Mouth secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa bahwa sebagian besar responden menyatakan Word Of Mouth dalam kategori kurang yaitu sebanyak 62 orang (60,2 %).Menurut asumsi peneliti Word Of Mouth merupakan salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen. Semakin baik word of mouth semakin baik pula konsumen akan memutuskan pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek.Begitu pula sebaliknya apa bila konsumen kurang mendapatkan informasi maka akan semakin menurun pula peluang untuk melakukan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji regresi losistik tentang Pengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Odds rasio

sebesar 5,761. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada Pengaruh kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Oktaviani(2022) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian kain tenun pada Toko Tenun Mulya. Penelitian Alim(2022) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian,. Penelitian Aprilia(2023) juga memiliki hasil yang sama yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis sebagian besar responden menyatakan Kualitas Produk dalam kategori baik yaitu sebanyak 70 orang (68%). Menurut asumsi peneliti kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh apabila ingin meningkatkan jumlah penjualan. Sebaliknya apabila kualitas produk menurun maka akan menurunkan tingkat penjualan.

Pengaruh harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji regresi logistik tentang harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri diketahui nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai Odds rasio sebesar 4,392. Sehingga dapat dinyatakan bahwa ada Pengaruh harga Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aprilia (2023) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Andrik (2024) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tenun Ikat Di Sanggar Bliran Sina Watublapi Maumere. Kemudian Menurut penelitian Siti Suhartanti (2025) juga menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli kain tenun ikat Sikka.

. Berdasarkan analisis diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa harga dalam kategori terjangkau yaitu sebanyak 57 orang (55,3 %). Menurut asumsi peneliti harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli Tenun Ikat Kodok Ngorek. Semakin harga terjangkau maka akan meningkatkan peluang konsumen untuk membeli tenun ikat kodok ngorek. Keterjangkauan harga akan dapat secara langsung memberikan kontribusi dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penetapan harga akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen dalam melakukan pembelian akan merasakan manfaat produk sama atau lebih besar dengan banyaknya uang yang dikeluarkan, dan dengan harga yang terjangkau konsumen akan membeli produk yang ditawarkan .

KESIMPULAN

Word of mouth, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tenun Ikat Kodok Ngorek Di Kota Kediri. Menjaga kualitas produk, keterjangkauan harga dan promosi dari mulut kemulut akan dapat meningkatkan peluang konsumen untuk memutuskan membeli produk tenun ikat kodok Ngorek.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan penting bagi Tenun Ikat Kodok Ngorek agar tetap mempertahankan kualitas produk, keterjangkauan harga dan word of mouth untuk meningkatkan penjualan. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan atau rujukan bagi peneliti selanjutnya dengan penambahan variabel lain sehingga akan mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Seiring dengan telah selesainya artikel ini ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada rekan-rekan dan semua pihak yang telah memberikan kontribusi baik berupa saran dan kritik yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas penelitian. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan Rahmat dan petunjuk bagi kita semua. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Mutia Rahmah, & Ahmad Farhani. (2024). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Dan Minuman Di MM Food Court Mabuun Kecamatan Murung Pudak. *JAPB*, 7(2), 1142–1155. <https://doi.org/10.35722/japb.v7i2.1069>
- Andi Malawenta S., Ahiruddin Ahiruddin, Sodirin Sodirin.(2021).Word of Mouth : Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada CV. Arto Jaya Abadi di Bandar Lampung). Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis ke-I. DOI: <https://doi.org/10.24967/feb.v1i1.1453>
- Annisa Aprilia, Irwan Yantu, Andi Juanna, Melan Angriani Asnawi.(2024).Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Pada Meltik Store Di Kota Gorontalo.Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis.Jambura: Vol 6. No 3. Januari
DOI: <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i3.23552>
- Andrik Nong Aven¹ , Yoseph Darius P. Rangga² , Yosef Tonce.(2024).Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Ikat di Sanggar Bliran Sina Watublapi Maumere.Cuan : Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Vol. 2 No. 3 September
DOI: <https://doi.org/10.59603/cuan.v2i3.63>
- Andre Hidayat, & Kiswanul Arifin. (2023). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Caffe And Tea Sintesa Tanjung Tabalong. *JAPB*, 6(2), 763–779. Retrieved from [https://jurnal.stiatablong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/853](https://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/853)
- Arif Fakhrudin et al.(2022).Bauran Pemasaran. Sleman: Deepublish Publisher, 2
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah.(2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi; hal. 181
- Fandy Tjiptono.(2018). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan, 1st ed.;Yogyakarta: CV Andi, 467.
- Hasan, Ali.(2010) Marketing Dari Mulut Ke Mulut. Edisi 1. Yogyakarta: Medpress, Harahap, S., S. 2015. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Cetakan ke-12. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

- Lu'lu UI Maknunah(1), Novita Putri Diantanti(2), Anwar Hakim Darajat.(2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. BRILIANT: Jurnal Riset dan Konseptual Volume 8 Nomor 4, November . DOI: <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i4.1639>
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. In Jurnal Ilman. <https://doi.org/2355-1488>
- Masturi, Hajir dan Hardini, Resti. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Karate-Gi Merek Hokido di Lima Dojo Wilayah DKI Jakarta. Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 13, Nomor 2.
- Nurul Qomariah.(2020). Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food Di Mall Plaza Mulia Samarinda. eJournal Administrasi Bisnis, Volume 8, Nomor 1, 2020
- Oktaviani, Y. A., Hakimah, E. N., & Bhirawa, S. W. S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tenun Mulya. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 1, 346-352. <https://doi.org/10.29407/krvae66>
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller.(2009) Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2, (Jakarta: Erlangga
- Syahrul Alim1, Dede Tri Monika.(2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Case Hp Custom Di Cikarang. DIMENSI, Volume 11 Nomor 2 : 324-337.
<https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
DOI: <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4127>
- Siti Suhartanti, Nur Chotimah, & Muhammad Syahrun. (2025). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Ikat Sikka. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(3), 140-147.
<https://doi.org/10.59841/excellence.v3i3.3175>
- Siswanto, H., & Maskan, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Pada Preksu di Kota Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis, 6 (1), 93-96.
- Sernovitz, Andy. (2012). Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking, New York. Penerbit: Kaplan Inc
- Rambat Lupiyadi.(2001). Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik; Jakarta: Salemba Empat. hal.61
- Ristianawati Dwi Utami, Digital Marketing (Tinjauan Konseptual) Padang: Global Eksekutif Teknologi Press, 2022), 92.
- Sisno Riyoko.(2020). Dasar-Dasar Pemasaran, Cetakan 1; Yogyakarta: Markumi, , 67.
- Simona Naspetti and Raffaele Zanolli.(2009). Organic Food Quality and Safety Perception,|| Journal of Food Products Marketing 15, no. April : 249–266.