

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajjah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43–60.
- Ari, S. A.-Z., & Pekawinan, A. (2015). Bab Ii ع. 22–52.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Ati, S., Nurdien, Kistanto, & Taufik, A. (2018). Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan. *Modul Pembelajaran*, 1, 3.
- Authors, & Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Desiyanti, Rika, and A. A. M. K. (2020). iterasi Keuangan Terhadap Kinerja Bisnis: Pengaruh Moderasi Religiusitas Di Kalangan UKM Di Sumatera, Indonesia. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* 10(2): 87–99., 10(1), 39–50.
- Dewi, P. R. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN MEDIA KOMUNIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ES TEH INDONESIA ( Studi Pada Followers Instagram Es Teh Indonesia )*. 1–67.
- Dr. (Cand) Aditya Wardhana, S. E. . M. M. . M. S. (2020). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*.
- Dwihartanti, Teoritis, A. K., & Kompetensi, P. (2023). Kajian Teoritis Dan Metodologi Penulisan. *Dwihartanti, 2023*, 5–33.
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KADATUAN KOFFIE. E-Proceeding of Management*, 8(2), 1967–1978.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, M. A. (2019). Desain Iklan Pada Marketplace Untuk Menarik Minat Konsumen ( Studi Iklan Online Shop Shopee ). *Desain Iklan Pada Marketplace Untuk Menarik Minat Konsumen ( Studi Iklan Online Shop Shopee )*, 1(3), 6.
- Ii, B. A. B., Teori, A. D., & Pelayanan, K. (2019). *Ismail Nurdin*,. 11–36.

- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2023). *1, 2 1,2*. 9(November), 290–303.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks., Jakarta. In e – Jurnal Riset Manajemen.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke 1). Erlangga.
- Lasabuda, G. P., & Mangantar, M. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2017-2020. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 337. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40256>
- Liendy, E. J. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Online Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen KOI Thé Sunter Mall. *New Scientist*, 165(2229), 57.
- Mahdun Rahmad, Ema Nurzainul Hakimah, S. R. (2023). *Menciptakan kepuasan konsumen pada sasa servis motor*. 2, 1–11.
- Mohamad Musa Abdullah, Dede R Oktini, & Dedy Ansari Harahap. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 736–743. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2405>
- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–460. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34971>
- Pada, K. P. (n.d.). *Pengaruh Online Customer Riview Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee*. 1–11.
- Permana, I. K. N. A., & Cipta, I. W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Warung Nyoman Lovina. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 299–305. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.46602>
- Prasetyo, D. N., Raharjo, A., & Saryana, I. M. (2023). PROSES PENGOLAHAN COKLAT DI DESA CAU TABANAN DALAM FOTOGRAFI STORY. *RETINA JURNAL FOTOGRAFI*, 3(1), 53–64.
- Pratama, I. W., & Sukarno, G. (2021). Analisis Penilaian Kinerja, Reward, dan

- Punishment terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jawa Timur. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(02), 20–32. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.460>
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. *Value*, 2(1), 57–66. <https://doi.org/10.36490/value.v2i1.184>
- Ramadhan, H. (2016). *Analisis Kinerja Jaringan Analisis*. 12.
- Rambe, R., Nasution, H. I., Primadani, R., Islam, U., Sumatra, N., & Media, S. (2023). MENINGKATKAN KUALITAS PEMASARAN UMKM MELALUI INOVASI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU USAHA RITEL DI DESA SINUNUKAN III (Studi Kasus UD. Panorama). *Neraca Manajemen Ekonomi*, 3(5), 1–12.
- Rif'at, S. A. (2022). Instrumen Penelitian Yang Valid Dan Reliabel. *Jurnal Edukasi Sebelas April*, 1(1), 1–8.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596–2620. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>
- Saputra, R. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru* (Issue Universitas Islam Riau). UNIVERSITAS ISLAM RIAU PEKANBARU.
- Sari, A. J., Udayana, I., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v43i2.644>
- Shafwah, A. D., Fauzi, A., Andri, L., Caesar, Y., Octavia, A., Indrajaya, L., Endraswari, J. I., & Yulia, M. N. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare di E- Commerce Shopee ( Literature Review Manajemen Pemasaran ). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(3), 135–147.
- Sinambela. (2020). *Student Union jurusan International Business Management periode 2020/2021*. 2015, 28–36.
- Sudirman, A., Wardhana, A., & Hartini. (2022). Manajemen Pemasaran Era Revolusi Industri 4.0. *Penerbit Media Sains Indonesia*, 48(March), 1–48.
- Sugeng. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Matematika. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*.
- Suwandi, Wardah, Sahrani Sibarani Lola, A. S., & Syafitri, H. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal*

- Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(4), 116–127.  
<https://doi.org/10.59061/guruku.v1i4.501>
- Tjiptono dan Chandra, 2012. (1967). Kualitas layanan, keinginanana pelanggan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 14–35.
- Unique, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 0, 1–23.
- Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi (Studi Kasus pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah di Kabupaten Bandung). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XIII No 1(E-ISSN : 2615-4978, P-ISSN : 2086-4620), 89–96.
- Wardani, I. K., Zulistiani, & Damayanti, S. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAPUR CHUBBY Indri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 116–125.
- Widayanti, R., Muslih, B., & Artikel, I. (2023). Analisis Kepercayaan, Brand Image, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Kai Access (Studi Pada Mahasiswa Di Kediri). *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) Dan Call for Paper*, 2, 584–593.
- Yonada, N. S., & Indriyani, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Askha Jaya. *PROSIDING SNPPM-5 (Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5, 189–195. <https://prosiding.ummetro.ac.id/index.php/snppmHalaman%7C189>
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business*, 5(1), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>