

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3).
- Akbar, A. S., Ningrum, D. D., Alparisin, M. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Kopi Ketje Lampung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(1), 41–49.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Anggreyani, Y. P. (2022). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Segmentasi Pasar Psikografis Terhadap Minat Beli Pada Warung Burger Kakek Jl. Starban Kota Medan*.
<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/18784%0Ahttps://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18784/2/188320195> - Yunita Putri Anggreyani - Fulltext.pdf
- Annur, C. M. (2023). *IDC: Pasar Smartphone Indonesia Merosot 11,9% Kuartal I 2023, Siapa Pemimpin Pasar?* Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/06/idc-pasar-smartphone-indonesia-merosot-119-kuartal-i-2023-siapa-pemimpin-pasar>
- Azmi, F. (2021). *Pengaruh Antara Minat Beli Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kuliner “Martabak Telor Super Rasa (Cak No)” Di Kota Wisata Batu*. 1–114.
- Burhanudin Gesi, Rahmat Laan, F. L. (2019). *Manajemen Dan Eksekutif Burhanudin*. 3(2), 51–66.
- Chinna, D. F. G., Soegoto, A. S., & Djemly, W. (2022). Analisis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Wardah Kosmetik Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 295.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40909>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- 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>
- Gesi, B. (2019). *Manajemen Dan Eksekutif Burhanudin*. 3(2), 51–66.
- Gifani, A. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM*. 81–94.
- Hufron, M. (2018). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada*

- Mahasiswa Pengguna OPPO Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang*). 1–11.
- Hustić, I., & Gregurec, I. (2015). *The influence of price on customer 's purchase decision*. 27–32.
- Izzaty, W., & Imsar. (2022). PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. HALAL NETWORK INTERNATIONAL (Studi Kasus Masyarakat Desa Harapan Makmur Selatan). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1561–1576.
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44298>
- Junianto, D., & Sabtohadhi, J. (2019). Pengaruh budaya organisasi dan lingkungan organisasi terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 12–22.
- Kanuk, L. L. (2016). *Perilaku Konsumen.Indonesia*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2016). *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Alih Bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus, Edisi Kesembilan. Indeks Gramedia Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Lubis, D. I. D. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. 5(1), 15–24.
- Made, N., & Rani, D. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE, GREEN MARKETING STRATEGY, DAN EMOTIONAL DESIRE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MCDONALD'S*. 5(1), 69–79.
- Nurhayati, S. (2017). *Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta*. IV(2), 60–69.
- Nuriyah, O. T., Saputri, R. A., & Desfiandii, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian (Scarlett Whitening). *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, 175–183.
- Nurtaufik, D. I., & Akbar, A. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Starbucks Di Kota Bandung. *Agustus*, 10(4), 2325. www.starbucks.com
- Nuryanto, U. W., Wibowo, T. S., Septiani, R., & Charina, J. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Clothing Dotexe Merch. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(January), 641–647.
- Octavia, A. N., Erlinda, D., & Lau, M. P. (2023). Analisis Citra Merek , Periklanan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Fokus EMBA*, 02(02), 157–167.

- Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba Sutrisno, A., Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, I., Alamsyah Putra, S., Bakhar, M., Hanafiah, A., PGRI Semarang, U., Maharaswati Denpasar, U., Kaputama, S., Harapan Bersama, P., & Mercu Buana, U. (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions For Street Boba Beverage Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 571–578. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Peronika, N., Junaidi, J., & Maryadi, Y. (2020). Pengaruh brand image terhadap minat beli produk kosmetika Wardah di kota Pagar Alam (Studi pada masyarakat pengguna kosmetika Wardah di Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 83–93. <https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/STIE-JE/article/view/93>
- Plutzer, M. B. B. and E. (2021). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. *Marketing Mix*, 6.
- Pratiwi, G. (2023). *KORIS : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Industri Strategi Pemasaran Kedai Kopi 69 Melalui Marketing Mix. 01.*
- Putri, S. A. (2022). Tinjauan Penerapan Digital Advertising Pada Produk Indihome Pt. Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Divisi Regional Iii Jawa Barat. *Repository Widyatama*, 11–32.
- Ranti Putri Pratiwi, Angga Putri Ekanova, & Olivia Puspita Nagari. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan Shopeefood Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 18–28. <https://doi.org/10.56127/jekma.v1i2.130>
- Rosida Maedina Agus. (2022). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Penjualan Hasil Laut Pada Pt. Napucinta Makassar. *Journal Of Unicorn Adpertisi*, vol. 1 no.2, 16–22. file:///D:/JURNAL PENELITIAN DAN PKM/JURNAL PENELITIAN TAHAP 1/REFERENSI JURNAL LAPORAN PENELITIAN KE 1/401-Article Text-1077-1-10-20230311.pdf
- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Manai, S. D., & Suryani, D. (2023). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) The Influence of Brand Image , Product Quality , and Price on Buying*. 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>
- Sani, M. M. (2023). *Achmad Hasan Hafidzi*. 21(2), 360–375.
- Sari et al. (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>
- Sembiring, R. L. P., & Setiawati, C. I. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wood Art Sentra Printing Medan (Influence Of Marketing Mix On Decisions To Purchase Wood Art Sentra Printing Medan Products). *Journal E-Proceeding of Management*, 10(1), 278–286.
- Setiyawan, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Jatinegara Jakarta Timur). *Stie Jakarta*, 16–25.
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Br Ginting, L. T. R. (2023). Pengaruh Brand

- Ambassador, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 80–91. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.958>
- Solihin, D. (2021). The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers). *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawarmi (ed.); Cetakan ke). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS (Canter for Academic Publishing Service).
- Supriyadi. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)*. 74–85.
- Sutisna, N. W., & Effane, A. (2022). Fungsi Manajemen Sarana dan Prasarana. *Jurnal Karimah Tauhid*, 1(2), 227–233.
- Taklim, R. (2019). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO M3 125 DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang)*. 1(1).
- Tampubolo, B., & Purba, M. (2017). Influence of Brand Image and Quality Service Through the Buying Decision Against Interests Buy (Case Study On KASKUS). *Journal Economics Faculty, University of HKBP Nommensen*, 5(77037), 1–14.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran*. Andi.
- Widowati, R. (2023). *VOLUME PENJUALAN PADA TOKO ONLINE*. 9(02), 248–255.
- Wijayanthi, I. A. T., & Dewi, N. L. K. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali. *Jurnal Economina*, 1(3), 452–465. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.103>
- Yani, R. S., Imelda Bella Treysha, & Avantie Sukarsa. (2022). Brand Image Indicator on Vivo Smartphone Purchasing Decisions in Pamulang University Students, Faculty of Economics and Business, Management Study Program. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 319–328. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i4.2012>
- Yasmin, A. (2017). *Impact of Brand Image on consumers ' Purchase Decision*. 7(10), 627–644.
- Yucha, N., & Safitri, S. N. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran, Suasana Kafe

Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Di Intano Coffee Shop and Roastery Krian. *IQTISHA* *equity Jurnal MANAJEMEN*, 3(1), 180.
<https://doi.org/10.51804/iej.v3i1.927>