

## DAFTAR PUSTAKA

- Ang, C. E., & Keni. (2021). *PREDIKSI BRAND EXPERIENCE DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY: BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*.
- Anggreni, N., Taufan Lubis, M., Bisnis, M., Niaga, A., & Negeri Medan, P. (2023). *PENGARUH WORD OF MOUTH DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN MIXUE DI KOTA MEDAN*.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*.  
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. In *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology* (Issue 2).
- Azmiatun, S., & Haryanti, I. (2022). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BANANA POP KOTA BIMA. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 6(2), 201–210.  
<http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Darmawan, R. T., Tjahjaningsih, E., & Semarang, U. S. (2024). *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON SATISFACTION AND ITS IMPACT ON LOYALTY PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS*.
- Duryadi, M. (2024). Model Analisis Jalur (Path Analysis): Penelitian Teologi Terapan Kausalitas Kuantitatif. *Jurnal Teologi Injili Dan Pendidikan Agama*, 2(4), 225–243. <https://doi.org/10.55606/jutipa.v2i4.378>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POSKOPI ZIO JOMBANG*.
- Fathinn, H. (2023). *Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Apotek Karunia Sehat Baru Berdasarkan Nilai-Nilai Syariah*.

- Fenny, K., Marpaung, M., Willy, A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE* (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Florita, I. M., Kasimin, S., & Marsudi, E. (2024). *Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Non Media Sosial Serta Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffeeshop di Kota Banda Aceh (The Effect of Social and Non-Social Media Promotion and Facilities on Purchasing Decisions at Coffeeshop in Banda Aceh City)*. [www.jim.unsyiah.ac.id/JFP](http://www.jim.unsyiah.ac.id/JFP)
- Gunarsih, Tamengkel, & Kelangi. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*.
- Hardyansyah, R., Selviana, I., & Budiputranto, R. (2024). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Brand Image ditinjau dari Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2681. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.3359>
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN BISNIS ( Kuantitatif dan Kualitatif ) Oleh Sigit Hermawan Wiwit Hariyanto Diterbitkan oleh Diterbitkan oleh UMSIDA PRESS*.
- Ibnu Farizky, M., Thalib, S., & Whisnu Hendratni, T. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI “WHAT’S GOOD COFFEE”.” *JIMP*, 2(2).
- Irawan, R., & Dharma Mangruwa, R. (2024). *THE INFLUENCE OF INSTAGRAM PROMOTION AND BRAND IMAGE ON STARBUCKS CONSUMER PURCHASING DECISIONS WITH BRAND TRUST AS AN INTERVENING VARIABLE ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA PENGARUH PROMOSI INSTAGRAM DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN STARBUCKS DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*.
- Jailani, Ms., Jeka, F., & Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*.
- Khasanah L. (2022). IMPLEMENTASI FUNGSI MANAJEMEN PADA KEGIATAN KEAGAMAAN KELAS XI DI SMA PGRI 3 RANDUDONGKAL TAHUN 2022

2023. *Repository STIT Pematang*.  
<https://repository.stitpematang.ac.id/id/eprint/69/1/IMPLEMENTASI%20FUNGSI%20MANAJEMEN%20PADA%20KEGIATAN%20KEAGAMAAN%20KELAS%20XI%20DI%20SMA%20PGRI%203%20RANDUDONGKAL%20TAHUN%202022%202023.pdf>
- Listiana, Y. R. (2021). *Dampak Globalisasi Terhadap Karakter Peserta Didik dan Kualitas Pendidikan di Indonesia*.
- Manik, Cindy. M., & Siregar, O. M. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN STARBUCKS DI KOTA MEDAN*.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2).  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Mulyadi, & Winarso W. (2020). *PENGANTAR MANAJEMEN*. CV. Pena Persada.  
<https://repository.ubharajaya.ac.id/8002/1/Buku%20Pengantar%20Manajemen.pdf>
- Muzaki M, Mulyani, I. D., & Khojin Nur. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Luang Waktu Coffee). In *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia* (Vol. 1, Issue 1).
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATURE REVIEW STRATEGI MARKETING MANAJEMENT)*. 2(2).  
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2020). *PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KEDAI BONTACOS, JOMBANG)*.
- Pebriyanti, V. D., Krisiyana, N., & Widyanigrum, P. W. (2022). Jurnal Manajemen USNI PENGARUH STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE, VARIETY PRODUCT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA KONSUMEN WARUNK WOW KWB PONOROGO). *Agustus*, 7(1), 67–79.  
<https://doi.org/10.54964/manajemen/E-ISSN>
- Qadrina S, Putra S S, & Digdowniseiso. (2023). The Influence of Price Perception, Product Quality, and Promotions on Consumer Purchasing Decisions for Boba Drinks in Aus Business in Bangka, Pela Mampang, South Jakarta. In *Management*

- Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6).  
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ridwan, P. P. (2023). Statistik Boba Asia Tenggara. *Goodsatats.Id*.
- Rifai, K. (2023). *KEPUASAN KONSUMEN*.
- Sahir S H. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KMB INDONESIA.  
[www.karyabaktimakmur.co.id](http://www.karyabaktimakmur.co.id)
- Sari, Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE , BRAND TRUST DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA VISA AGENT BALI, CANGGU. *PENGARUH BRAND IMAGE , BRAND TRUST DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA VISA AGENT BALI, CANGGU*.
- Sari, U., Kadek, N., Dewi, A. T., Ayu, K., Ardiani, A., & Daya, J. (2023). *Analisis Model Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD Usaha Sari. IX*.
- Sartika S N, Anita E, Mubyarto N, & Munsarida. (2022). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH PADA ONLINE SHOP. *Jurnal Makesya, Volume 2 Nomor 1*.
- Sihotang, C. S., & Supriyono, S. (2024). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 4(2).  
<https://doi.org/10.55927/ijba.v4i2.8760>
- Sitorus S L, & Firmawati Y. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WET TISSUE PASSEO. *JURNAL JUBISMA, Vol. 4 No. 31*.
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>
- Suryani, N., Jailani, Ms., Suriani, N., Raden Mattaher Jambi, R., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*.  
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>

- Sutrisno, Bakhar, M., & Hanafiah, A. (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions For Street Boba Beverage Products. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Syamsurizal, & Ka'bah. (2023). The Impact of Social Media Promotion on Purchasing Decisions at Jetiga Ala Caff . *Neo Journal of Economy and Social Humanities*, Vol. 2 No. 4. <https://doi.org/10.56403/nejesh.v2i3.152>
- Tjoprajono N R, & Mardianto. (2022). The Role of TPD Pay Al Ma'ruf on Education of Orphans and Dhuafa Around The Al Ma'ruf Mosque. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 4423–4435. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i3.2865>
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. B. (2020). MINUMAN KEKINIAN DI KALANGAN MAHASISWA DEPOK DAN JAKARTA. In *Indonesian Jurnal of Health Development* (Vol. 2, Issue 2).
- Wahyuni, S., & Almunawaroh, T. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI BUSANA MUSLIM DI OUTLET RABBANI CILACAP. *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1(1). <https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/hatta>
- Wardani, K. A., Helminaroza, & Nurfaizah Ida. (2022). TREN MAKANAN SEBAGAI DAMPAK GLOBALISASI TERHADAP PERTUKARAN BUDAYA. In *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan* (Vol. 3). <https://www.google.com/amp/s/docplayer.info/amp/72666219-Kualitatif-bogdan-dan-taylor->
- Yanis A. (2019). KONSEP DAN PERAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. *Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 14(2).
- Yuni, I., Program, W., Manajemen, S. M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Teknologi, I., & Malang, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA 200 CAFE AND FOOD DI KOTA MALANG. *JUBIS*, 3(2).
- Yuwono, T., Novitasari, D., Hutagalung, D., & Sasono, I. (2020). Peran Organizational Justice terhadap Komitmen Organisasional : Analisis Mediasi Kepuasan Kerja Dosen Perguruan Tinggi Swasta. *Journal of Education, Sychology and Counseling*, 2(1), 582–599.
- Zega, A., Fahzannah, S., Fanny, T., & Rinaldi, T. (2023). KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN BAURAN PEMASARAN.

