

DAFTAR PUSTAKA

- (Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah, 2020)Astuti Miguna dan matondang Nurhafifah. (2020). manajemen pemasaran. CV BUDI UTAMA.
- Aditya&, Krisna (2021). Riset populer pemasaran jilid 1. CV Budi Pustaka
- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi Umkm Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid 19. JIP Jurnal Inovasi Penelitian, 1(8).
- Amitha, F. (2021). *Pengaruh citra merek, persepsi harga dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (study kasus warga pondok ungu permai blok nn)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Aripin, Z., & Negara, M. R. (2021). PERILAKU BISNIS : ETIKA BISNIS & PERILAKU KONSUMEN. Deepublish.
- Asman Nasir. (2021). Studi kelayakan bisnis (Kodri (ed.)). CV.Adanu Abimata.
- Bafadhal samira Aniesa. (2020). pemasaran pasiwisata.
- Bancin budiman john. (2021). Citra merek dan word of mouth.
- Chalil, R. D. et al. (2020). Brand, Islamic Branding, & Re-Branding (1st ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Clarita, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas. Diponegoro Journal Of Management, 12(1), 1.
- Dwi Cahya, A., Eddy Prabowo, R., & Stikubank Semarang, U. (2023). The Influence Of Promotions, Online Consumer Reviews, And Brand Image On Purchasing Decisions (Study On Shopee E-Commerce Users In Central Java Pengaruh Promosi , Online Consumer Review, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E- Commerce Shopee Di Jawa Tengah). Management Studies and Entrepreneurship Journal, 4(5), 5667–5677. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. Ikraith-Ekonomika, 5(1), 31–38.
- Ely, (2021). Penataan produk.
- Firmansyah, A. (2020). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.

- Gitosudarmo, I. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14. Yogyakarta: BPFE
- Gunawan, Didik. 2022. *Keputusan pembelian konsumen Marketplace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional
- Harahap, N., & Joesah, N. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan*. CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Harjadi, D., Dan, I., & Iqbal. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- in Cimahi City, Indonesia Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Halsean Coffee & Resto di Kota Cimahi, Indonesia.
- International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)
- Keller, K. L., dan Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. AKSIOMA : Jurnal
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Ketler, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga
- lfita, A., Jurusan, H., Niaga, A., & Bandung, P. N. (2022). The Influence of Manajemen, 2(1), 37–53. <https://doi.org/10.30822/aksioma.v2i1.2081>
- Mursidi, Andi, Zulfahita, Rini Setyowati, Fajar Wulandari dan Mertika. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Klaten: Lakeisha.
- Nurliyanti. (2022). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224-232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>, 225
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2020). *Consumer Behavior and Marketing Action (10th ed.)*. Cengage Learning.
- Product Quality and Consumer Satisfaction for Halsean Coffee and Resto Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada
- Rosyidi Ririn, (2020). *buku monograf*
- Sampe, Y. D., & Marie Tahalele. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas*
- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & ... (2024). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Indah Sakti Motorindo. *Journal of Science* ..., 4307(1), 38–43.

<https://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/view/1710%0Ahttps://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/viewFile/1710/1091>

Sinulingga (2021). perilaku konsumen.

Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2022). Marketing: Real People, Real Choices (10th ed.). Pearson.

Sunyoto, D. (2020). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Center of Academic Publishing Service.

Sutiyono, R., & Brata, H. (2020). The Effect of Prices, Brand Images, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products on Consumer Purchasing Decisions of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*. 1(6), 945–967.

Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan. Andi.

Tjiptono. 2020. Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan. Yogyakarta:

Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*,
VOLUME. 2(1), 50.

Wardhana, A. (2022). Brand Marketing: the Art of Branding (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.

Wijaya, T. (2018). Manajemen Kualitas Jasa (2nd ed.). PT Indeks.

Zusrony, E. (2020). Perilaku Konsumen di Era Modern (R. Kusumajaya, Andika (Ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik