

DAFTAR PUSTAKA

- Angelyn, A., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Lokasi, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Setia Jaya Batam. *ECO-Buss*, 4(3), 360–370. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i3.293>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anwar, K. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Dealer PT. Permata Motor Karawang). *Skripsi*, 2(1), 1–122. http://books.google.com.co/books?id=iaL3AAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=intitle:Market+research+in+Practice+inauthor:hague&hl=&cd=1&source=gbs_api%0Apapers3://publication/uuid/4EEA28E9-41A0-4677-9426-7B552915D62F%0Ahttps://doi.org/10.1080/23311886.2019.16
- Budiono, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Minum *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i4.884>
- Cahya, F. M., Wulan, I. A. D. P., & Damayanti, R. (2020). Analisis Celebrity Endorsment, Variasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(1), 14–20.
- Dewi, L. K. C., Widagdo, S., Martini, L. K. B., & Suardana, I. B. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(2), 243–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5205>
- Eka S, N., & Sutedjo, B. (2023). Analisis Variasi Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kopi Kenangan di Kota Semarang).pdf. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 408–418.
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1967–1978.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In Q. Media

(Ed.), *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Cetakan Pe, Issue August). Cv. Penerbit Qiara Media.

Hastono. (2019). Pengaruh Citra Merek Kosmetik Maybelline Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Carrefour Cabang Tangerang City. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(2), 43–51.

Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian* (Ed.1, Cet.). Rajawali Pers.

Husna, J., & Nainggolan, N. P. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Mytrip Indonesia Wholesale Travel Agent Batam*.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. UNITOMO Press.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing. In *Pearson* (17th ed). Pearson.

Kurniawan, N. (2022). Analisa Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kabupaten Kampar. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(2), 47–54. <https://doi.org/10.59061/jsit.v5i2.77>

Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.

Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962–1982. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i05.p16>

Nur Alfiyah, S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970–985. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.2136>

Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cendekia.

Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *JURNAL ILMU EKONOMI & SOSIAL*, 11(1), 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>

Purba, T., & Husda, N. E. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN MODERN:Pemasaran dan Internet* (A. Wahdi (ed.)). Dewa Publishing.

Purnomo, H., & Ichsanudin. (2021). *Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek* (R. R. Rerung (ed.)). <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/9511>

- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. K. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 80. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10955000>
- Sadao, C. S. N. (2022). *PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA CABANG PALM SPRING KOTA BATAM SKRIPSI Oleh.*
- Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022* (T. Koryati (ed.); Cet. 1). KBM Indonesia.
- 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/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Semarang, M., Hartono, S., & Yani, B. A. (2019). Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt. Index Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 533–540. <https://doi.org/10.29040/jjie.v3i02.481>
- Silaban, A. D., & Hikmah. (2020). Sarah Destary Sila 2020. *Pengaruh Kualitas, Lokasidan Pelayanan terhadap keputusan pembelian rumah pada Pt. Putera Karyasindo Prakarsa*, 5(2), 2655–4399.
- Sitorus, J. R., & Heryenzus. (2019). Mahasiswa Program Studi Manajemen , Universitas Putera Batam Dosen Program Stufi Manajemen , Universitas Putera Batam. *Sitorus & Heryenzus*, 2(1), 1–9.
- Sugiharto, A., & Anggraini, D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Area Jakarta Barat. *JEB17: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(02), 143–162. <https://doi.org/10.30996/jeb17.v7i02.7364>
- Syahriyah, A., & Arifiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Nako Depok. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(8), 3429–3434. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i8.1061>
- Ulum, M. (2016). B u k u uji validitas dan uji reliabilitas. In *Buku Uji Validitas dan Uji Reliabilitas* (pertama).
- Wirawan, I. P. G. A., & Seminari, N. K. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(5), 416–435. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i05.p01>

Yuvita, H., Wahab, Z., & Sulastri. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431–446. <https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.004>