

## DAFTAR PUSTAKA

- 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), 96-107.
- Apriyandani, H., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian (survei mahasiswa s1 fakultas ilmu administrasi angkatan 2014 dan 2015 universitas brawijaya malang yang membeli dan menggunakan smartphone iphone) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi makanan ringan kripik singkong di kabupaten sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 5-6.
- Bagida, D. L., Tumbel, T. M., & Mukuan, D. D. (2021). Kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat pada CV. Lion Jailolo. *Productivity*, 2(2), 146-151.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022). Pengaruh cita rasa dan promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen kopi janji jiwa bandar lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25-40.
- Dinawan, M. R. (2010). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Fadhillah, S. A., Sucipto, H., Wahana, A. N., & Sholeha, A. (2023). Analisis persepsi harga, cita rasa, kualitas layanan dan fasilitas terhadap keputusan pembelian ulang Mie Gacoan Tegal. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(4), 409-424
- Hasanah, R., & Maryam, S. (2024). Pengaruh digital marketing dan brand image terhadap intensi pembelian produk kecantikan emina. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika (JUPUMI)*, 3(1).
- Handika, I. D. S., & Sulistiawati, A. (2021). Penggunaan dan pemanfaatan internet untuk pertanian dan peranannya terhadap tingkat pendapatan petani. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(2), 233-255.
- Hidayah, N., Sopian, T., Nauval, A. M., Ikawardani, F. N., Fausta, F. D., Putri, I. S., & Annazly, M. H. (2021). Strategi Pemasaran Media Sosial Destinasi Pariwisata Menggunakan Pendekatan SOSTAC: Studi Kasus Pada Akun

- Media Sosial Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Lebak, Banten. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 5(2), 57-75  
Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian konsumen mie ayam solo bangsal jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127-143
- Indrayani, P., & Syarifah, T. (2020). Pengaruh harga, cita rasa, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada usaha kue pia Fatimah Azzahra di Kecamatan Tanjung Tiram. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains (MES)*, 2(1), 57-66.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh social media marketing, brand awareness terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.
- Kusumaningrum, F. D., & Supradewi, R. (2021). Pengaruh warna cangkir terhadap persepsi cita rasa minuman kopi pada Mahasiswa Angkatan 2018 Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humanoira*.
- Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh keragaman produk, cita rasa dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 143-149
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086
- Prakoso, C., & Budiono, B. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram, Store Atmosphere dan Cita Rasa Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Ayam Geprek Juara di Rawamangun. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(01), 01-13.
- Nurfitri, A. R., Winarsih, W., & Setyaningsih, E. (2022). Peran persepsi harga, kualitas produk, promosi dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada

- swalayan di Kota Depok. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(12), 5572-5586.
- Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Nandita, B., & Najib, M. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha umkm pengolahan buah dan pengolahan susu. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 9(1), 1-9..
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh harga, keragaman produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 150-160.
- Rum, A. A. G. B. S. (2022). Strategi Pemasaran menggunakan website sebagai media komunikasi bisnis berbasis teknologi pada Pets Kita
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 291-297.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-53
- Sumiati, S., & Mujanah, S. (2018). Persepsi kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tas sophie paris pada Mahasiswa. *AMAR (Andalas Management Review)*, 2(2), 1-10.
- Silalahi, R. Y. B. (2019). pengaruh social media marketing terhadap brand equity (Studi Kasus Pada SMK Permata Harapan). *Jursima*, 7(1), 18-25.
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(3), 176-184.

- Tong, T. K. P. B. (2020). Analisa pengaruh social media marketing terhadap repurchase intention melalui brand trust sebagai variabel mediasi pada instagram adidas Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 10.
- Upadana, M. W. K., & Pramudana, K. A. S. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(5), 1921-1941.
- Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi pada rumah makan warung Sidik Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).
- Yohandi, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 182-186.