

DAFTAR PUTAKA

- Ajaharah, H. K., Satriyono, G., & Rukmini, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Sigras (Studi Kasus Pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Kediri). *JURNAL EKUIVALENSI*, 9(2), 420–433.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Ali, M., Halik, W., Ramli, U., Banggu, M., Salmawati, Rais, L., Basri, L., Wahid, B., Hidayat, N., Sangadji, I. M., & Purnomo, A. (2024). Sosialisasi Sistem Pendidikan Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) di Pemerintah Kota Sorong. *Abdimas: Papua Journal of Community Service*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.33506/pjcs.v6i1.3128>
- Andrianata, M., Suharsono, J., & Fithrianto, M. N. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN IKAN BAKAR GATSU PROBOLENGGO. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.867>
- Annisawati, A. A., & Suarsa, S. H. (2023). Pengaruh Elektronik Word of Mouth (E-WOM) and Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial di Bandung Pada era Pandemic Covid—19. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 7(1), 9–22. <https://doi.org/10.31104/jsab.v7i1.247>
- Ardi Novianti. *pdf*. (n.d.).
- Arkam, M. M. (2020). Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Warkop Suka Kopi Lesehan. *PERFORMA*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1293>
- Azahari, A. A., & Hakim, L. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS

- PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3779>
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI E-WORD OF MOUTH PADA GIVANDA STORE DENPASAR. *EMAS*, 2(2), Article 2. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1669>
- 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. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Dwi Aprillita. (2023). Pengaruh Citra dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Memilih Kuliah (Studi Kasus :Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana Semester I). *Management and Sustainable Development Journal*, 5(1), 76–91. <https://doi.org/10.46229/msdj.v5i1.583>
- Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *REVITALISASI : Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v11i1.2410>
- Goca, I. G. P. A. W., Sawitri, N. P. Y. R., & Wijayanthi, N. P. P. A. (2024). ANALISA PENGARUH INFLUENCER DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA PADA PURCHASE INTENTION. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(2), Article 2.
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., Wardhana, G. W., & Syamsurizal, S. (2022). Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), Article 6.

<https://doi.org/10.37385/msej.v3i6.1282>

Herawati, E., & Guritno, A. (2023). Pengaruh Islamic Branding, Viral Marketing, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.57151/jeko.v2i1.77>

Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795>

Khoirul Anam. (n.d.).

Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME : Journal of Management*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.37531/yum.v5i1.1492>

Luh Kadek Budi Martini, Ejasa Sembiring, & Frandy Paulus. (2022). CUSTOMER ONLINE CUSTOMER RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MODELIAFASHION PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA JAKARTA. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 4(1), 15–24. <https://doi.org/10.51713/jamas.v4i1.67>

Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.633>

Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 741. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2022.v08.i02.p19>

Nst, V. F. H. (2023). *PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN DIMEDIASI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK PADA INDOMARET CABANG MANDALA BY PASS*.

- Nugroho, R. B., Sidanti, H., & Apriyanti, A. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, BRAND IMAGE, DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN ROCKET CHICKEN. *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 6(0), Article 0. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/6363>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i1.1246>
- Nurlia, L. (2021). PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGUNJUNG DI MINIMARKET MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v3i1.75>
- Octavian, K. E., & Rosyidi, S. (2023). PENGARUH CITA RASA, LABEL HALAL, PENETAPAN HARGA DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SAMYANG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS YPPI REMBANG. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i1.81>
- Perkasa, D., & Putra, W. B. T. S. (2020). *Peran Kualitas Pendidikan, Biaya Pendidikan, Lokasi dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Minat Siswa Memilih Perguruan Tinggi XYZ*.
- Permatasari, D. D., & Yulianto, A. E. (2024). PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Mc DONALD MANYAR KERTOARJO PADA MASYARAKAT UMUM. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(9). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/6085>
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS

- (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4), Article 4.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Prawidhana, M., & Prasilowati, S. L. (2023). Analisa Deskriptif Konten Kreatif, Lokasi, Kualitas Produk dan Harga pada Iklan Properti di Instagram Terhadap Minat dan Keputusan Membeli. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(3), Article 3.
<https://doi.org/10.55182/jtp.v3i3.321>
- Qalbi, B. N., Idris, A. A., & Haeruddin, M. I. W. (2024a). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop: (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020-2023). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 406–417.
<https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2391>
- Qalbi, B. N., Idris, A. A., & Haeruddin, M. I. W. (2024b). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop: (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar Angkatan 2020-2023). *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 406–417.
<https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2391>
- Rahmawati, Y., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 1(3), 117–127.
<https://doi.org/10.38035/jhesm.v1i3.71>
- Ramadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING CONTENT INSTAGRAM @KEDAIKOPIKULO TERHADAP SIKAP KONSUMEN. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v3i2.2526>
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK ADIDAS (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen*,

7(2), 20–32. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.244>

Rinda Rahmawati, A. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN J.CO DONUTS AND COFFEE KOTA SAMARINDA. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.4686>

Rismawan, V. D., & Astuti, S. R. T. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Nivea Hand & Body Lotion Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 13(6). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/47823>

Rohman, M., & Pramesti, D. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Magelang Selama Pandemi Covid-19. *Borobudur Management Review*, 2(2), 190–205. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6933>

Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>

Saota, S. (2021). PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI UD. TRIALVELA KECAMATAN FANAYAMA KABUPATEN NIAS SELATAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), Article 2. <https://www.jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/231>

Saputra, M., Fadila, K., & Rafli, A. (2023a). Tren Keputusan Pembelian Konsumen Studi Pada Cafe dan Resto Sehat. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 105–113. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/3864>

Saputra, M., Fadila, K., & Rafli, A. (2023b). Tren Keputusan Pembelian Konsumen

- Studi Pada Cafe dan Resto Sehat. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1(0), Article 0.
- Saputra, M., Nouvan, M. A., Sari, N., & Narasi, I. (2024). *PERILAKU KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE DAN KOSMETIK YANG DI PENGARUHI MANFAAT PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK*. 10.
- Saputra, M., Sari, N., Wahyuningsih, Y., & Lislindawati, L. (2023). KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENDER PRIA DI E-COMMERCE. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1527–1545.
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(2), Article 2.
- Sari, R. A., & Purwanto, S. (2022). Kajian Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Promosi di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Viva Cosmetics di Kota Blitar. *Jurnal E-Bis*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.944>
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563–1571. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>
- Sitompul, S. S., Maria, A., Rivano, L., Martha, M., & Putri, N. Y. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Electronic Service Quality, Trust, Electronic Word of Mouth, dan Keputusan Pembelian. *LUCRUM : Jurnal Bisnis Terapan*, 4(2), Article 2.
- Suarsa, S. H. (2020). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) PADA ONLINE TRAVEL AGENT (OTA) TRAVELOKA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI TOPAS GALERIA HOTEL, BANDUNG. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.112>
- Sudarmawan, T., & Sofiani, S. (2023). PENGARUH PROMOSI ONLINE

TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE SEA WORLD ANCOL.
Kepariwisata: Jurnal Ilmiah, 17(1), Article 1.

Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi sebagai Determinan Kepuasan Mahasiswa. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(4), Article 4.
<https://doi.org/10.55927/fjas.v1i4.1250>

Upadana, M. W. K., & Pramudana, K. A. S. (2020). BRAND AWARENESS MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1921. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i05.p14>

Widodo, A., Amelia, R. L., Lestari, R. I., Hidayati, N., Apriana, I. N., Idris, F. A., & Isnaini, V. Y. (2024). Analisis Keefektifan Kerjasama dengan Influencer dalam Komunikasi Pemasaran Berdasarkan Perspektif Electronic Word of Mouth (EWOM). *MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), Article 2.
<https://doi.org/10.30631/mauizoh.v9i2.105>

Zulaiha, A. R., & Yulianto, A. E. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI*. 12.