

DAFTAR PUSTAKA

Sumber : Buku

Agusiady, B. S. & H. R. R. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Deepublish (Yogyakarta), 2022.

Agustiani, R., Pandriadi, Lissiana, & Wahyudi. (2022). Metodologi Penelitian kuantitatif dan Kualitatif.

Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (8th ed.). Pearson Education.

Dian Kusuma Wardani. (2020). Pengujian Hipotesis (anggun wulandari (ed.)). LPPM Universitas KH.A Wahab Hasbullah

Cia Cia Cen. (2023). Pengantar Manajemen. PT Inovasi Pratama Internasional

Dewi Murtiningsih & Eri Marlapa (2025). Buku Ajar Perilaku Konsumen (Ahmad Khanafi (ed.)). Penerbit Deepublish Digital.

Dhiraj Kelly Sawiani (2021). Digital Marketing (Luthfiah (ed.)). Scopindo Media Pustaka.

Erika Nurmartiani, (2024). Pengantar Perilaku Konsumen (Udin Bahrudin (ed.)). Trisar Mandiri Publisher.

Imam Junaris & Nik Haryanti, (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan. Eureka Media Aksara.

Dicky Wisnu Usdek Riyanto & Gilang Indra Permana. (2022). Dampak Pemasaran Sosial Media Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli. Pustaka Peradaban.

Dwi, Mahfudoh, Hendrowati, T. Y., Sari, J., Febrian, W. D., Tasriastuti, N. A.,

- Zakhra, A., Kusuma, H. W., Triono, F., Sani, I., Laily, N., Ariestianti, W., Ginting, N., Irawan, Yusnaidi, & Badrum, M. (2023). Pengantar Manajemen.
- Faridy, N., Syahputra, H., Eldon, M., Sangadah, H. A., Mulyati, G. S. W., Ashari, D. R. W., Ridwan, R., Azizah, N., Noerhatini, P., Jannah, M., Ikhraman, Ardhiansyah, Chakim, Mo. H. R., Hakim, A. D. L. L. Al, Nasution, I. H., Anas, M., Rachmadi, K. R., & Tiawulandari, A. R. (2025). Strategi Digital Marketing (M. M. Ria Winda Wulandari (ed.)). PT Sada Kurnia Pustaka.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidah & Rangkuti, I. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Antusiasme Calon Peserta Didik Baru Di Sejalan MTS Nurul Ilmi Desa Pantai Gemi Kecamatan Stabat. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
- <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Indah Nur Agustiani, Rony Sandra Yofa Zebua, Made Riki Ponga Kusyanda, Nurtina Irsad Rusdiani, Nurrahmi Hayani & Ahmad Ashril Rizal, (2024). Buku Ajar Digital Marketing (Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Isra Misra, Diah Wulandari, & Rahma, (2024). Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori (Muzalifah, (ed.)). Penerbit K-Media.
- John Budiman Bancin, (2021). Citra Merek dan Word Of Mouth (Abdul Rofiq (ed.)). CV. Jakad Media Publishing
- Kasmir. (2022). Pengantar Metodologi Penelitian (Untuk Ilmu Manajemen,

Akuntansi dan Bisnis). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Kevin Lane Keller. (2023). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*" (5 (ed.)). Pearson Education.

Khasanah, J. S. N., & Jaya, A. (2023). Pengantar Manajemen (I. Wahyudi (ed.)). Nawa Litera Publishing.

Komang Yoga Ade Candra, & Ni Nyoman Kerti Yasa, (2023). *Citra merek terhadap niat beli* (M. S. Dr. Miko Andi Wardana, S.T. (ed.)). Penerbit Intelektual Manifes Media.

Kosasih, N. (n.d.). Pengantar Manajemen (G. / Br (ed.)). Guepedia The first on-Publisher in Indonesia.

Lasiyono, U., & Sulistiyawan, E. (2024). Penelitian Kuantitatif. CV Megapress Nusantara (Sumedang).

Ma'ruf, N., Alfalisyo, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314–1330. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>

Mardiansyah, F., & Khuzaini. (2017). Pengaruh citra merek, kualitas layanan, harga dan media sosial terhadap keputusan pembelian. *J. Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(12), 1–21.

MM, D. H. S. I. I. (2024). Manajemen Pemasaran (Deden Adhianto, Kaizen Media Publishing.

<http://books.google.com.co/books?id=iaL3AAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=intitle:Market+research+in+Practice+inauthor:hague&hl=&cd=1&source=g>

bs_api%0Apapers3://publication/uuid/4EEA28E9-41A0-4677-9426-7B552915D62F%0Ahttps://doi.org/10.1080/23311886.2019.16

- Penelitian, L., Suhardi, & Hasbi, A. R. (2023). Analisis Dampak Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai *Tea House Masamba*. 23(2), 2269–2273.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3524>
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, I. S. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Wiley.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rahmad Solling Hamid, Zunan Setiawan, Peran Simanihuruk, Siti Napisah, Budi Utami, Kakanita Ari Puspitasari, Rosalinda Sagal, Andriya Risdwiyanto, Titik Desi Harsoy, Audita Nuvriasari & Djaelani Susanto (2023). *Ilmu Manajemen Pemasaran* (Efitra & Sepriano (eds.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Saepudin, Surjono, W., & Rahman, A. (2024). *Perilaku Organisasi* (M. Dewi (ed.)). Cipta Media Nusantara.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Moh Suardi (ed.)). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Siti Samsiyah, Nashrudin Latif, Aprilia, Auliansyah, A. R., Raditya, G., Zukar, M., & Nadhiva Tri Adlla S. (2023). *Perilaku Konsumen* (Agisni Sofatunisa

(ed.)). CV Mega Press Nusantara.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Pendidikan. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif dan RND (Supoto (ed.); Cetakan 1). Alfabeta.

Sulistyo, A., & Haritanto, W. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistika: Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS (Cetakan I.). Andi (Yogyakarta).

Surjono, W. (2024). Manajemen Pemasaran Jasa (Berliananda (ed.)). Cipta Media Nusantara.

Surjono (2024). Manajemen Pemasaran Jasa (Berliananda (ed.)). Cipta Media Nusantara

Wahyudi, Andika Jaya Maulana, Rinto Widyanto, Aesty Rahaya & Ibrahim Rully Effendy (2024). Buku Ajar Manajemen Pemasaran (Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Zainuddin Iba. (2024). Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan *SPSS 29.0 & Smart-PLS 4.0* (1st ed.). CV. Eureka Media Aksara.

Sumber : Jurnal

Ardiansyah, T. E., Rauf, A., Manullang, S. O., Diba, F., Akbar, I., Awaludin, R.,

Muniarty, P., Firmansyah, H., Mudzir, A., Manalu, V. G., Sembiring, G.,

Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Vandayuli, S., & Hardi, S. (2021). *No Title*

(Romindo & Eko Sudarmoto (eds.)). Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin

Gunung Jati.

- Chakim, M. H. R., Chandar, F., Arribathi, A. H., Tarmizi, R., Languyu, N. Y., Marjuki, A., Chandra, R., Sugiana, Maulidisen, A., Maghfirah, N., Fretes, A. V. C. De, Reken, F., Sampe, F., Adinda, D., & Fadila Almahdali. (2023). *Pengantar Manajemen & bisnis* (M. S. Rizka Mukhlisiah, S.E. (ed.)). PT Sada Kurnia Pustaka.
- Damayanti, M. C., & Hasbi, I. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 817. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1315>
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Farrel Putra Artantyo, & M. Farid Wajdi. (2025). Pengaruh Brand Image, Digital Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Signature Di Coffee Shop Gemati Kota Surakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 1018–1032. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1470>
- Fraya 2023, V. (2023). 3,452, Sedangkan Nilai T. *Junal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.
- Hasanudin, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen UMKM Ritel Minuman HAUS. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3501. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.4531>

- Mushoffa, A. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Lawang Coffee. *Jurnal Economina*, 2(8), 1979–1987. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.700>
- Pakaya, M. F., Umar, Z. A., & Rahman, E. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Mirai Management*, 2(1), 1–122.
- Saidi, S. A., Asnawi, R. . A., & Huwae, V. E. (2023). Peran Citra Merek Dan Kesadaran Merek Sebagai Mediasi Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Tuni Maluku. *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(01), 42–58. <https://doi.org/10.33477/eksy.v5i01.5477>
- Sander, D. A., Chan, A., & Muhyi, H. A. (2021). Keterkaitan Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tinjauan Sistematis Literature Review. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(3), 241–257. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i3.241-257>
- Suswati, L., & Nainggolan, N. P. (2024). The Influence of Product Variations, Digital Marketing and Brand Image on the Purchase Decision of Janji Jiwa Coffee in Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(2), 295–307. <https://doi.org/10.32493/drbb.v7i2.37565>
- Wahyuningtyas, Y. F., Setyawan, A. B., & Zuraida, L. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lokal. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 402–416. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i2.714>