

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. N., Masken, E. L., & Prasetyo, A. (2023). The Effect of Advertising on social media on Fashion Product Purchase Decision. *International Journal of Research and Applied Technology*, 3(1), 61–68. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v3i1.9885>
- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1), 166–172. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.66>
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye & E. D. Widyawati, Ed.). Rena Cipta Mandiri.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution, Ed.). Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2019). *Marketing* (Pearson Education.).
- Atika, S. D., & Soegoto, D. S. (2022). The Influence of Smartphone Brand Awareness on Purchase Decisions iPhone Smartphone Consumers. *International Conference on Business Economic, Sosial Sciences & Humanites*.
- Brata, H. B., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4B), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Clarissa, C., & Bernarto, I. (2022). The Influence of Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image and Prices on Purchase Decisions on Online Marketplace. *Business and Entrepreneurial Review*, 22(2), 273–288. <https://doi.org/10.25105/ber.v22i2.14966>
- Desri, S., Nur, A., & Sannia, R. (2023). The Influence of Location and Promotion on Purchasing Decisions (Case Study on Sarua Keneh Consumers Payakumbuh City). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(7), 1367–1376. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i7.5131>
- Dianawati, A., & Inriyani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Eskulkul Di Kedai Eskulkul Bocil, Bogor. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 15(1), 11–20. <https://doi.org/10.58890/jkb.v15i1.66>
- Erpiana, N., & Susmonowati, T. (2021). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lain Hati (Studi Kasus: Pelanggan Kopi Lain Hati Di Kabupaten Bekasi)*. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI/index>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Universitas Diponegoro.

- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2015). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Edition). Prentice Hall.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. Dalam *Jurnal Bisnis Administrasi* (Vol. 06).
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. Dalam *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* (Vol. 3). <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/profitability>
- Kharismatyawati, W., & Sihite, J. (2023). The Influence of Brand Image, Brand Awareness and Consumer Attitude on the Purchase Decision of Non-Alcoholic Beers with Purchase Interest as a Mediator Variable. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 4(5), 980–993. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v4i5>
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil avanza. *EMBA*, 1(3), 1251–1259.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen* (14 ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung) (Vol. 4, Nomor 1). www.industri.kontan.co.id
- Kusumah Wardani, R. (2019). The Effect Of Advertising, Celebrity Endorser, And Brand Awareness On Purchase Decision. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference*, 1(2), 836–842.
- Leonardo, & Erdiansyah, R. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Perceived Advertising Value Terhadap Keputusan Pembelian di Fore Coffee*.
- Malik, B., & Melinda, T. (2018). The Influence Of Sales Promotions On Purchasing Decision Generator Set(Genset) With Brand Awareness As A Mediation Variable. www.kaskus.co.id,
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA*, 95, 95–104.
- Marhaki, R., Purwanto, E., & Prabawa, S. T. (2023). Pengaruh kesadaran merek, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen kedai kopi azhar). *Edunomkia*, 7(1), 1–14.
- Minarti, A., & Ginoga, V. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Undersiege Soppeng. *Jurnal*

- Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 5(2), 107–114.
<https://doi.org/10.57093/metansi.v5i2.165>
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54.
<https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Nugraha, N. A. S., Putra, I. B. U., & Amerta, I. M. S. (2023). The Role of Brand Awareness in the Influence of Instagram Advertising and Viral Marketing on Culinary Purchase Decisions. *International Journal Of Social Science And Education Research Studies*, 03(02), 280–286.
<https://doi.org/10.55677/ijssers/V03I2Y2023-08>
- Nurhaliza, P. E. (2022). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink Di Bandar Udara Ahmad Yani Semarang. Dalam *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan* (Vol. 4, Nomor 1).
- 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>
- Prawiji, S., & Agustin, E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's.
- Prayudi, D., & Nugraha, R. (2022). The Influence Of Advertising, Direct Marketing And Event Experience On Brand Awareness And Their Impact on purchase desisions. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(1), 50–55.
- Pristiawan, H. E., Mariah, & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah. *Nobel Manajemen Review*, 3(1), 52–63.
<https://www.bps.go.id/website/images/Keadaan-Ketenagakerjaan-Indonesia-Agustus->
- Putra, M. B. A., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Loyalitas Merek Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Iphone Di Surakarta. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(1), 165–172.
<https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i1.842>
- Rachmawati, A. D., Hendrayati, H., & Gaffar, V. (2021). *The Analysis of Brand Image and Brand Awareness on Purchase Decisions (Survey of Mayoufit Bandung Consumers)*.
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Pelayanan terhadap keputusan pembelian imam market kisaran. *Jurnal of Science and Sosial Research*, 1(1), 7–12.

- Ramadhani, A., Fauzi, A., & Absah, Y. (2021). The Influence of Brand Awareness, the Knowledge and Halal Label on Purchase Decisions of Cosmetics Emina through to Reference Group as a Moderating Variable on the Generation Y and Generation Z in the City of Medan. *International Journal of Research and Review (ijrrjournal.com)*, 8(1), 323–335.
- Richadinata, K. R. P., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 188–208. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>
- Romadhoni, B., Akhmad, A., Naldah, N., & Rossanty, N. P. E. (2023). Purchasing Decisions Effect of Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth (eWOM), Purchase Intention. *Jurnal Of Accounting And Finance Management*, 4(1), 74–86. <https://doi.org/10.38035/jafm.v4i1>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). KBM INDONESIA.
- Salsabila, H. F., & Harti. (2021). Pengaruh iklan media sosial, electronic word of mouth, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. Dalam *AKUNTABEL* (Vol. 18, Nomor 4). <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Saputra, A. A. K. W. A., Wiasha, I. B. M., & Koeswiryono, P. (2022). Pengaruh brand image dan iklan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen di qsora keopi muding. *Ilmiah*, 1(12), 3504–3522.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). Dalam *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, Nomor 2). <http://www.jpeb.dinus.ac.id>
- Sari, P. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Selly, & Sutrisna. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Kesadaran Merek Dan Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Cara Loe Buat Kopi “Kopi Clbk”) (Vol. 1, Nomor 2).
- Senggetang, V., Mandey, S. L., Moniharapon, S., & Lokasi..., P. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.

- Sitompul, S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 50–64.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding* (A. Sudirman, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, R&D*. IKAPI.
- Sutrisno, Irwansyah, S. R., Rochmi, A., Wibowo, T. S., & Rahmawati, H. U. (2022). Analysis Of Product Quality, Price And Brand Awareness On The Purchase Decision Of Coffee Products At Mccafe Fast Food Restaurant. Dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Nomor 6). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian* (Edisi Pertama). UR Press Pekanbaru.
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan Spss* (S. Al Saudi, Ed.). Bobby Digital Center.
- Utomo, S., Humaidi, & Ariani, S. (2021). *Effect of Location and Word of Mouth (WOM) Against Purchasing Decision in the Culinary Tourism Area (KWK) Mandiri City of Banjarmasin*.
- Wachdijono, W. (2022). Loyalitas Konsumen Coffee Shop Di Kota Kuningan Provinsi Jawa Barat. *Agropross : National Conference Proceedings of Agriculture*, 552–562. <https://doi.org/10.25047/agropross.2022.326>
- Walukow, A. L. P., Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1737–1749.
- Wiastruti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan pembelian di simentri coffee roaster puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*, 5(2), 133–146.
- Windy Ari. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Alfamart Di Kecamatan Gayungan, Surabaya). *Ilmu manajemen*, 6.
- Yasin, R. A. (2020). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Ma Bruschetta.

Dalam *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Nomor 5).

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Moderen* (R. A. Kusumajaya, Ed.). Yayasan Prima Agus Teknik.