

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Winata. (2013). *.Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat BELI (Studi Pada Calin Konsumen Bukalapak.COM Di Kota Denpasar).*
- Ali Hasan. (2018). Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Indonesia Indovisi Institute, Iii.*
- Amri, M. S. (2021). analisis pengaruh social media *marketing* , *content marketing* dan *brand image* terhadap minat beli sepatu compass ( *Studi Kasus Konsumen Sepatu Compass di Kota Surakarta* ).
- APJII. (2023). *No Title*. 2023. Retrieved from Berdasarkan Hasil Survei Asosiasi Penyelenggara,orang pada periode 2022-2023.
- Arrigo, E. (2015). The role of the flagship store location inluxury branding. An international exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*. doi: 10.1080/10686967.2020.1722045
- Asi, K. J. M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak the Influence of Social Media Marketing and Brand Image on Customer Purchase Interest in Bukalapak Application. *E-Proceeding of Management*, 8(1). Retrieved from [www.suara.com](http://www.suara.com)
- E.Desiarista, S. R. T. A. (2012). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi*.
- Elsa, T. P. (2023). *Pengaruh Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Toko Gedung Dalom Harapan Jaya Di Kampung Kiling-Kiling Way Kanan).*
- Etta Mamang Sangadji, S. (2014). *Perilaku konsumen* (Nikoemus WK. (ed.)). yogyakarta: Andi, 2014.
- Fandy Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono, P. . (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Strategy)*. jakarta: Qiara Media.
- Gunelius dalam Mileva dan DH. (2018). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu

Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58.

Hakim, Arif Rachman, & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Bimbingan Belajar Tridaya Bandung. *Eproceedings Of Applied Science Applied Science*. doi:10.59806/tribisnis.v5i

halim. (2017). pengaruh brand image, promotion, word of mouth terhadap purchase decision ms glow di kota denpasar. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., & Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.

Hardiansyah, R. (2019). Pengaruh Suasana Toko, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Di Toko Roti Morning Bakery. *Jurnal Bening*, 03(1), 14–22. doi: <https://doi.org/10.33373/bening.v6i1.1798>

Hasan, S.E., M. M. (2013). Marketing Dan Kasus Kasus Pilihan (Center Of Academic Publishing Service). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 4(2).

Indika, D., & Jovita, C. (2017). Pengaruh social media marketing, e-service quality, dan review content terhadap minat beli pada umkm produk organik. *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Jurnal Bisnis Terapan)*.

Jay dan Barry Render. (2015). *No Title* (Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy (ed.); 11th ed.). jakarta.

Kartika Wulandari. (2021). pengaruh brand image, brand trust, dan iklan terhadap minat beli konsumen produk kosmetik (studi pada pengguna e-commerce sociolla). *Jurnal Ilmiah FEB*.

Khotim Fadhli, & Nia Dwi Pratiwi. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Harlow: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip & Amstrong, G. (2014). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Sindoro dan Markplus (ed.); 15th ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler dan Keller. (2014). *Principles Of Marketing*. (15 (ed.)). Pearson education.

Latief, A. (2018). analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. doi:

<https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>

- Marini, Y., & Marina, N. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 1(1), 7–20. doi: 10.30601/humaniora.v1i1.37
- Mayasari, H., & Afriani, D. (2023). INVEST : Pemasaran Media Sosial dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi Product*, 4(1), 215–219.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*. Retrieved from <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Mileva, Lubiana, dan A. F. D. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity dan Dampaknya Pada Minat Beli Produk Merek Pobosoccer. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 1. doi: 10.25139/jiabi.v6i1.
- Mone Mau, Antonius Philipus Kurniawan, & Imelda Virgula Wisang. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional (Pasar Maumere). *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(2), 56–71. doi: 10.59603/projemen.v10i2.29
- Munawaroh. (2013). *faktor-faktor pertimbangan pebisnis dalam pemilihan lokasi usaha batik*.
- Ningsih, S. N. (2022). *Profitabilitas , Struktur Modal dan Nilai Perusahaan : Uji Signifikansi Faktor Mediasi*.
- Ningtiyas, K., & Area, U. M. (2016). *Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional (Pasar Maumere)*.
- Oktaviani, I. (2021). pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada ukm amplang ud taufik jaya makmur di SAMARINDA. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3.
- Philip Kotler, K. L. K. (2012). *Manajemen pemasaran* (Bob Sabran (ed.); 12th ed.). jakarta.
- Rahmah Muthia, 2018. (2018). *pengaruh gaya hidup terhadap minat beli konsumen dalam berbelanja online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA)*.
- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswa Hpm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2. doi: 10.47354/mjo.v2i1.181

- Rizky, R. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Awesam Store Di Kota Malang). In *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Salim, A., & Nurdin, H. (2020). Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Raya Amahami (Kota Bima). *Jurnal Manajemen Bisnis*. doi: 10.30812/target.v2i1.740
- Simamora, A. K. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow pada Generasi Milenial di Lubuk Pakam. *Repository Universitas Medan Area*. Retrieved from <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/17956>
- Sintiya, A. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT ICBIC Nusantara (G-Coffee Batam)*.
- Solnet, Ruth n Bolton, A Parsu parasuraman, Ankie Hoefnagels, N. M. (2013). understanding generation y and their use of social media. *Service of Management*. doi: 10.1108/09564231311326987
- Sudarso, Andriasan., Ardhariksa Zukhruf Kurniullah., Fitria Halim., Pratiwi Bernadetta Purba., Idah Kusuma Dewi., Hengki Mangiring Parulian Simarmata., Bonaraja Purba., Rosintan Sipayung., Acai Sudirman., dan S. O. M. (2020). *Manajemen Merek*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&I*. bandung: Alfabetha.
- Suyono, Sri Sukmawati, P. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Jasa*. jakarta: Intidayu Pres.
- Temaja, Gede Agni, & Yasa, N. N. K. (2019). The Influence Of Word Of Mouth On Brand Image And Purchase Intention (A Study On The Potential Custimers Of Kakiang Garden Cafe Ubud). *International Journal Of Business Management And Economic Research*.
- Tuten, Tracy., dan M. R. S. (2014). *Social Media Marketing*. Essex: Pearson Education, Ltd.
- Wi-Ad'ha, K. Q. (2019). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan {elanggan di Jakabaring bowling center. *Skripsi*, 1–11.
- Yelvita, F. S. (2022). pengaruh social media marketing tiktok dan online consumer review terhadap keputusan pembelian produk jiniso. *Ilmu Administrasi Bisnis*.