

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. . (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cv Pustaka Setia.
- Agustinus, Johanes Djohan. (2016). *Manajemen Dan Strategi Pembelian* (1st Ed.). Media Nusa Creative.
- Andri, F., & Endang, Shyta Triana. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mediaterra.
- Antonius, Satria Hadi, Ardhi, K., Cahya, Purnama Asri, Bhenu, A., & Utami, Tunjung Sari. (2021). Peningkatan Pemahaman Siklus Hidup Peoduk Dan Pemasaran Digital Pada Kelompok Tani Ikan Di Desa Donoharjo. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4 No 2(E-Issn 2620-5513).
- Aripin, zaenal. (2021). *E-Business Strategi, Model, dan Penerapannya* (Zaenal Aripin (ed.); 1st ed., pp. 35–36). Deepublish.  
[https://www.google.co.id/books/edition/E\\_Business\\_Strategi\\_Model\\_dan\\_Penerapann/9phFEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/E_Business_Strategi_Model_dan_Penerapann/9phFEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Azizan, N. S., & Yusr, M. M. (2019). The Influence of Customer Satisfaction, Brand Trust and Brand Image Towards Customer Loyalty. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 2 (7), 93-108. DOI: 10.35631/ijemp.270010
- Bimo, A., & Yusril, M. I. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Travel Agent Traveloka. *Manajemen Dirgantara*, 15(1).
- Dedi, P. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1–17.
- Durmaz, Y., Çavuşoğlu, S., & Özer, Ö. (2018). The Effect of Brand Image and Brand Benefit on Customer Loyalty: The Case of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5), 528–540.
- Gusti, Ayu Diah Praweswari, Ida, Ayu Putu Widani Sugianingrat, & Ni, Luh Adisti Abiyoga Wulandari. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Brand Image. Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Merek Samsung Di Kota Denpasar. *Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3 No 5(E-Issn 2774-7085).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.).

SAGE Publications.

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review* (1st ed.). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hamdani. (2018). *Teori Dan Praktek Dalam Pengambilan Keputusan Dalam Perspektif Manajemen Dan Akuntansi*. Mitra Wacana Media.
- Ho Nguyen, H., Nguyen-Viet, B., Hoang Nguyen, Y. T., & Hoang Le, T. (2022). *Understanding online purchase intention: the mediating role of attitude towards advertising*. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2095950>
- Kotler, & Keller. (2005). *Marketing Manajement* (11th Ed.). Indeks.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. Pearson Education Limited.
- Olivia, Irene Dewi, & Eddy, Madiono Sutanto. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Agora*, 6 No 2.
- Purwanto, & Sulistyastuti. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Gaya Media.
- Rani, Apri Khaerani, & Apriatni, Endang Prihatini. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Pucuk Harrum Di Lottemart Pasar Rebi Jakarta Timur. *Abnus*.
- Ratih, H. (2015). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Ricky, S. A., & Bambang, P. Hari. (2020). Perbaikan Citra Dengan Menggunakan Median Filter Dan Metode Histogram Equalization. *Emitor*, 14 No 02(Issn 1411-8890).
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior (11 Th Edition)* (11th Ed.). Pearson Education Limited.
- Sinambella, & Lijan, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Cv. Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekono Islam*. Kencana.

- Susatyo, H. (2014). *Basic Marketing*. Gosyen Publishing.
- Syofian, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Tjiptono. (2016). *Service Quality And Satisfaction (4th Ed )*. Cv Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran (2nd Ed.)*. Andi Offset.
- Wiratna, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Yudi. (2020). „Pengaruh Brand image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Di Kota Bengkulu“, dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen* Volume 15.No.1
- Yulia, S., & Nadya, Wasta Utami. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Tantangan Teknologi Digital Marketing Coommucation As A Technology Challenge. *Cantrik, 1* No 1.
- Zahrida, W., Nur, H., Thea, H., & Ida, P. (2017). Penentu Intensi Pembelian Tiket Pesawat Online. *Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis, 1*(Issn 2579-6224 (Versi Cetak), Issn-I 2579-6232 (Versi Elektronik)).

