

## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2021). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2). <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. Diakses dari : <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Andi Sukandi, Nunung Ayu Sofiati (Efi), dan Y. S. (2019). Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dan Berdampak Pada Citra Lembaga Perbankan (Suatu Survey pada Lembaga Perbankan Nasioanal) PT. Bank Negara Indonesia (persero),Tbk. *Sosiohumaniora*, 21(3), 355–364. Diakses dari : <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.23464>
- Chandra Elbahar Syahputra, S.Sos., M.Sc., M.B.A, P. . (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. 8(2), 2021. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14798/14575>
- Dani M. (2019). "Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian Di Indonesia" (online) <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Daud, D. (2013). Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa PEMBIAYAAN PADA PT. BESS FINANCE MANADO. *Jurnal EMBA*, 4(1), 51–59. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2563>
- Fitriana, R., & Sugiyono. (2019). Kesiapan Berubah Pada Sekretariat Jenderal Kementerian Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia. *Ikraith Ekonomika*, 2(2), 42–51. Diakses dari : <http://journals.upi->

yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/403/285

Halin, H., Wijaya, H., & Yusilpi, R. (2017). Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver Terhadap Nilai Penjualan Pada Cv. Karunia Kaca Palembang Tahun 2004-2015. *Jurnal Ecoment Global*, 2(2), 49. Diakses dari : <https://doi.org/10.35908/jeg.v2i2.251>

Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. ... *Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67–74. <http://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/546>

Hartono, Sanjaya Putra (2022) Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Handphone Matahari Mall. Diakses dari : <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/28778>

Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. 18210047. Diakses dari : <https://osf.io/v9j52/download>

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. Diakses dari : <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>

Liesander, I., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Lima Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/5690/5190>

Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1).

<https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/9/28>

Meatry Kurniasari, A. B. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, 7(3), 1–7. Diakses dari : <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/20968/19636>

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>

Piscesa, L. K. (2010). Dampak Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Zte Asian Pacific R&D And Training Center Bandung. <https://repository.unikom.ac.id/16347/>

Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A.-, Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. Diakses dari : <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>

Ramadhania, A. W. (2022). Peningkatan Keputusan Pembelian Pelanggan Melalui Pengaruh Pemasaran Digital Dan Lokasi Di Kubik Koffie Kota Padang. 3(2), 792–798. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/523/389>

Reynaldi Rizal Giovani<sup>1</sup>, S. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. 11(1), 162–168. <https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v11i1.2410>

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>

- Saputra, S., & Yulistianis, S. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(2), 21–31. Diakses dari :  
<https://ejournal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/576/414>
- Sari, D. M. F. P. (2018). Brand Image dan Brand Awareness terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(1), 14–24. Diakses dari :  
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2107>
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1). Diakses dari :  
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/505>
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 607–618.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/2741>
- Wicaksono, A. A., & Masharionon. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image , Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(7), 1–20.  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1374>
- Wuryansari, H. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Pada Electronic Word Of Mouth Pada Cafe Brick Sleman. *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, 01, 319–336.  
<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/semnasif/article/view/6081/3940>

Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif.

*Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. Diakses dari :

<http://103.180.95.8/index.php/jtijk/article/view/2100/1544>

Zilfania Rizal, V. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada

Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap

Kesadaran Merek. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 75–87.

[https://scholar.archive.org/work/gxewot4qjjh2vbvz6fxsvcx5y/access/wayba](https://scholar.archive.org/work/gxewot4qjjh2vbvz6fxsvcx5y/access/wayback/https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/download/291/pdf)

[ck/https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/download/2](https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/download/291/pdf)

[91/pdf](https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/download/291/pdf)

