

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Abdullah, Tamrin, & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Adinugraha, H. H. (2020). Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 150. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1692>.
- Agrianto, M. I. (2021). *Pelaksanaan Perjanjian Franchise Menurut Hukum Perdata Di Kota Samarinda*. 105(3), 129–133.
- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* (Vol. 9). Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Ahmad, R. D., & Meylani, T. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Coffee Sumarecon Mall Bekasi. *Human Capital Development*, 9(3).
- Andriani, D., & Ansyah, A. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promosi Terhadap Minat*. 1(2), 89–102.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Anggraeni, J., Paramita, P. D., & Warso, M. M. (2016). *Journal of Management Vol.2 No.2 , Maret 2016*. 2(2).
- Ar – Rasyid, M. H., Satiawan, A. A., Alfiansyah, A., & Hamid, R. S. (2023). Peran Pemasaran Media Sosial Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jesya*, 6(2), 1873–1887.
- Arif, A., Arisinta, O., & Ulum, R. (2023). Evaluasi Perbandingan Penjualan Offline dan Online Terhadap Pendapatan (Studi Kasus pada Kedai Cak Mat Ali Kota Bangkalan). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3334.
- Asnawi, A. (2019). *Persepsi Konsumen atas Kualitas Produk , Harga , dan Merk terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Minuman Kopi Kapal Api (Studi Kasus terhadap Mahasiswa di Universitas Dr . Soetomo)*. 1(3), 56–130.
- Assael, H. (2001). *No Title Consumer behaviour (Edisi keenam)*. New York: Thomson Learning.

- Bimal, A., Dhanda, S. K., & Nagra, S. (2012). Impact of celebrity endorsed advertisements on consumers. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, 1(2), 22–33.
- Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2018). Factor Influencing Consumers' Purchase Intentions towards Made-to-Order Tea Drinks in China. *NBER Working Papers*, 89. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Byun, K. J., Park, J., Yoo, S., & Cho, M. (2023). Has the COVID-19 pandemic changed the influence of word-of-mouth on purchasing decisions? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74(November 2022), 103411.
- Catur Wijaya, S. N. C. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Sportswear Merek Under Armour. *Agora*, Vol 8(No 2).
- Chandra, H., & Sitinjak, T. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tropicana Slim Yang Dimediasi Oleh Sikap Konsumen Di Wilayah Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 54–63.
- Chandra, K., & Siagian, M.M., D. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk “Chatime” Di Kelapa Gading Jakarta Utara (Studi pada Mahasiswi Kwik Kian Gie School Of Business). *Journal Kwik Kian Gie*, 1(2), 1–10.
- Efiyani, N. S., Yulianti, H. F., & Hairul. (2023). *Analisis Sreategi Pemasaran Online dan Offline untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Hifa Collection*
- Eldisthia, E., Muhaimin, A. W., & Setiawan, B. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Sikap dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jeruk Lokal di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 427.
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1).
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen. In *Perilaku Konsumen*. Surabaya: CV Budi Utama.
- Firmansyah M.A. (2019a). Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek*.
- _____ (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek*. CV. Penerbit.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gozali, I. (2014). *Partial Least Square Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Badan Penerbit UNDIP.

- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>
- Hamid, R. S. S. . M. ., & Anwar, D. S. M. D. M. . (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Jakarta: PT Inkubator Penulis Indonesia (Institut Penulis Indonesia).
- Hamid Rahmad Solling, & Anwar Suhardi M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*.
- Hati, S. R. H., Zulianti, I., Achyar, A., & Safira, A. (2021). Perceptions of nutritional value, sensory appeal, and price influencing customer intention to purchase frozen beef: Evidence from Indonesia.
- Indrasti, D., & Siliyya, F. (2022). Atribut Minuman Teh Kemasan Siap Minum yang Memengaruhi Persepsi Konsumen di Kabupaten Tegal. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 8(2), 70–79.
- Juarsah, H. S., & Saputri, M. E. (2022). *YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan dimediasi Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT. Japfa Comfeed Indonesia , TBK Cabang Makassar*. 5(2).
- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319–324.
- Khan, A., & Lodhi, S. (2016). Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision : A Case of Karachi. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*, 2(1), 102–111.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran. (Edisi 13 Jilid 2 terjemah : Bob Sabran)*. Indonesia: Erlangga.
- _____ (2012). *Marketing Management (14th edn)*. Prentice Hall: New Jersey.
- _____ (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lionitan, W., & Firdausy, C. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth dan Customer Satisfaction terhadap Purchase Intention Pelanggan Mixue di Cibubur. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 805–813.
- Mashur, R. (2016). Perilaku Konsumen. In *Perilaku Konsumen*. Maksiar: Alauddin University Press.

- Masyadat Coil, A. (2020). 150 Brand Awaeness Metode Sukses dan Praktis Membangun Kesadaran Merek. *QUARDRANT*.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran Dan Keputusan Pelanggan* (Pertama). Surabaya: Unitomo Press.
- Meitriana, S., & Suwendra. (2018). Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian. *Ilmu- Ilmu Pertanian*, 18(3), 183–191.
- Mundari s. (2022). *Variabel-variabel yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Wisatawan untuk Membeli Makanan di Objek Wisata Religi Desa Giri*. 8(1).
- Mutmainah, I., Marwanti, S., & Agustono. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Kecil di Kota Surakarta. *Agrista*, 10(4), 114–115.
- Nasution. (2019). Pengaruh Kewirausahaan dan Pendapatan Orangtua Terhadap Minat Berwirausaha. *Niagawan*, 8(1), 16.
- Nggilu, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Geprek Benu Manado. *EMBA*, 7(3), 2691–2700.
- Nugrah, Latief, F., & Agunawan. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Minuman YOTTA. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 71–80.
- Nugroho, J., & Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Nuryaman, G. C., & Ramaditya, M. (2020). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen umkm pisang nugget boogie di bekasi utara. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Permadani, C. C. (2021). Analisis Yuridis Pelaku Usaha Franchise Menurut Hukum Positif Di Indonesia. *Universitas Islam Kalimantan MAB*, 3(September).
- Pudianingsi, A. R., Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti, E. P. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi*, 3(1), 458–470.
- Purnama, Ida Bagus Oka Viryatiem dan Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “Gula Kopi.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3), 2023.
- Puspita Marcella, & Aprillia Adriana. (2020). Faktor-Faktor Pendorong Konsumen Surabaya Membeli Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Gofood Dan Grabfood. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 88–98.

- Rahayu, D. W. S. (2020). Persepsi Merek Dalam Pemilihan Air Minum Dalam Kemasan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Balitar Blitar). *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(1), 81–89.
- Rahmah, A. N., & Setiowati, E. A. (2019). Hubungan Antara Penyesuaian Sosial Dengan Keputusan Pembelian Barang Bermerek Pada Remaja Putri Di Semarang. *Proyeksi*, 14(1), 94. <https://doi.org/10.30659/jp.14.1.94-103>.
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Homepage*:
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Food. *Al-Karaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 759–771.
- Risanto, S., & Siagian, D. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Gofood Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Jakarta. *Kwik Kian Gie School of Business*, 1–15.
- Rizzo, P. V., Harwood, W. S., & Drake, M. A. (2020). Consumer desires and perceptions of lactose-free milk. *Journal of Dairy Science*, 103(8), 6950–6966.
- Safitri, H. K. (2022). Pengaruh Kesadaran dan Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen pada Pembelian Buah dan Sayur The Farmhill Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 795.
- Salam, S. P. (2023). *Keputusan Konsumen Yang Dipengaruhi Oleh Faktor-Faktor Dalam Membeli Produk Minuman Secara Online*. 2(1).
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, W. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia*. Retrieved from.
- Schiffman, G. L., & Leslie Lazar kanuk. (2004). Consumer Behavior. In *Prentice Hall Internasional*. New Jersey.
- Selvi, S., & Ningrum, L. (2020). Gaya Hidup Minum Kopi Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Kopi (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan Gandaria City - Jakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(01), 23–30.
- Septa, S., & Hoirul, H. (2022). Peran Big Data pada Sektor Industri Perdagangan: Tinjauan Literatur pada Perusahaan Bidang Perkantoran. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 2(3), 198–210.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Sholihin, Mahfud, & D.R. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0*. Badan

Penerbit ANDI.

- Silviah, S., Lutfianti, W. H., & Firmansyah, R. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Online Pada E-Marketplace Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(6), 669–679.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, 308.
- Sumi, R. S., & Kabir, G. (2018). Factors affecting the buying intention of organic tea consumers of Bangladesh. *Journal of Open Innovation*
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(2), 146–154.
- Taufik, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Pada ES Teh Indonesia Cabang Lamongan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 247–250.
- Van der Molen, A. E. H., Hoenink, J. C., Mackenbach, J. D., Waterlander, W., Lakerveld, J., & Beulens, J. W. J. (2021). Are nudging and pricing strategies on food purchasing behaviors equally effective for all? Secondary analyses from the Supreme Nudge virtual supermarket study. *Appetite*, 167(August).
- Wardana, M. A. (2023). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Bali: Intelektual Manifes Media.
- Yi, Q., Khan, J., Su, Y., Tong, J., & Zhao, S. (2023). Impulse buying tendency in live-stream commerce: The role of viewing frequency and anticipated emotions influencing scarcity-induced purchase decision. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75(June).
- Yulianti, Y., & Deliana, Y. (2018). Gaya Hidup Kaitannya dengan Keputusan Konsumen dalam Membeli Minuman Kopi. *Jurnal AGRISEP*, 17(1), 39–50.
- Yusuf F. (2018). Jurnal Ilmiah Kependidikan. *Jurnal Tabiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.
- Yuwana, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.30996/jem17.v2i2.1197>
- Zahrowati, S. Fadila, & Suparwati, A. (2018). Kualitas Pelayanan, Harga, dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik. *Dewan Redaksi Jurnal Bisnis Indonesia*, 9, 135.