

DAFTAR PUSTAKA

- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Dawolo, M., & Irmal, I. (2026). Pengaruh *Brand image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mitra Data Di Bumi Serpong Damai (Bsd). Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 4(2), 986-997.
- Fadilla, A. R., Wulandari, P. A. (2023). Literature Review Analisis Data Kuantitatif: Tahap Pengumpulan Data.
- Fajriyah, D., Vindiana, A. P., P.O, A. R., & Tampubolon, E. S. (2025). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Desain Kemasan, Kebersihan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm Tamaaman Cake. Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business, 8(3), 1145-1154.
- Fajriyah, D., Vindiana, A. P., Rosyidta, A. R. P. O., & Tampubolon, E. S. (2025). Analisis pengaruh variasi produk, desain kemasan, kebersihan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Tamaaman Cake. Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business, 8(3), 1145–1154.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanawidjaya, R. R., Sindrawati, S., Sumiati, N., & Barokah, R. A. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Niaga Nusa Abadi Subang. Jurnal Economina, 1(2), 203-218.
- Heleni, H., Mulyana, A., & Kurniawan, R. (2022). Pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan brand trust terhadap keputusan pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. Business and Management, 2(2), 1331–1338.
- Maitri, I., Ekawati, N. W., Rahanatha, G. B., & Suasana, I. G. A. K. G. (2025). Peran Harga, Variasi Produk, Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 4(1), 76-86.
- Maitri, I., Ekawati, N. W., Rahanatha, G. B., & Suasana, I. G. A. K. G. (2025). Peran Harga, Variasi Produk, Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 4(1), 76-86.

- Manap, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Maria Devita Dayang Tukan, H. S. J., & Sonytambunan, T. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Di Shoope. *Jurnalekonomi&Ilmusosial*, 117–127.
- Nadhir, M., Kurniawan, P., & Jufri, A. (2025). Pengaruh *Brand image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Kopi Rusa Jantan). *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 1088–1099.
- Nasrullah, M., Remmang, H., & Chahyono, C. (2023). *Manajemen Pemasaran Iklan Media Sosial Dan Brand image Di Era Digitalisasi*. Cv. Berkah Utami.
- Prasanti, S. A., Dewi, R. S., & Farida, N. (2024). Pengaruh *Brand image* Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Di Kota Semarang Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(4)
- Prasmono, A. S. P., & Ahdika, A. (2023). Analisis Regresi Berganda pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Fisik Preservasi Jalan dan Jembatan Di Provinsi Sumatera Selatan: Analisis Regresi Berganda. *Emerging Statistics and Data Science Journal*, 1(1), 47-56.
- Pujiastuti, A., Andrianata, M., Ulfah, A. A., Romadhoni, A. M., & Ainy, W. N. (2023). Pengaruh *Brand image* Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Simposium Coffee. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(1), 122–132.
- Puspita, N. N., & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Bekas Sebagai Variabel Intervening”: Studi Kasus Konsumen Di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 712-717.
- Putra, C. I. R. (2022). Analisis variasi produk, kualitas pelayanan, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian Cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk (Skripsi, Universitas Nusantara PGRI Kediri)
- Putri, D. A., & Harahap, L. M. (2025). Pengaruh Brand Awareness Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Mixue Jl. Jend Ahmad Yani Rantau Prapat. *Ikraith-Ekonomika*, 8(2), 815-824.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Turi, L. O., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., ... & Kutoyo, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Eureka Media Aksara.

- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produkdan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Divisionsurakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian. Penerbit KBM Indonesia.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18-25.
- Saputra, S., & Hawa, S. D. (2025). Pengaruh Marketing Mix Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Kopi Robusta Kecamatan Salem. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban*, 6(1), 37–41.
- Setiawati, R. Pengaruh Brand Awareness Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Teh Gelas (Bachelor's Thesis, Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sinulingga, G. (2021). Ebook Teori Perilaku Konsumen. Pt Nasya Expanding Management.
- Sihotang, R. P., & Fadli, M. (2025). Pengaruh Penetapan Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Tatanan Café Pekanbaru. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 1779–1788.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Journal Of Educational Science And Teaching*, 2(1), 160-166.
- Waluyo, N., Amilia, S., & Zati, M. R. (2022). Pengaruh Varian Produk Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(3), 707-713.
- Wardhana, A. (2024). *Brand image*. In *Brand In The Digital Edge – Edisi Indonesia* (Pp. 186–220). Eureka Media Aksara.
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.