

DAFTAR PUSTAKA

- Anggelina, R. T. (2021). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2). <https://jurnal.umitra.ac.id/index.php/bej/article/view/771/642>
- Aninda, S. (2019). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara (*Doctoral Dissertation*, Universitas Sumatera Utara). <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/13985>
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth*. Jakad Media Publishing.
- Chusniartiningsih, E., & Andjarwati, A. L. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 85-95. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/25149>
- Dadan Ramdhani, M. A. (2020). *Akuntansi Biaya: (Konsep Dan Implementasi Di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta: CV Markumi.
- Dewi, K. K., Firdaus, M., & Sauqi, A. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Mayora Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 3(1), 12-21. <http://jurnal.itsm.ac.id/index.php/prodimanajemen/article/view/681/601>
- Diaz Pranita, E. T. (2022). *Model Kreasi Bersama Pada Destinasi Wisata Bahari*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Diwyarthi, N. D. (2022). *Perilaku Konsumen. Sumatera Barat*. Get Press.
- Djuniardi, D. (2023). *Manajemen Pemasaran : Teori Dan Praktik Menciptakan Loyalitas Pelanggan*. Get Press Indonesia.
- Estifaza, N. Y. (2023). *Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Berdasarkan Promosi, Crm Dan Kepercayaan*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Ghozali, I. (2020). *Partial Least Square: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2ns ed)*. . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- I Gusti Ayu Agung Mitha Saritha Dian Ajnya, I. M. (2023). *Brand Ambassador; Citra Merek, Dan Niat Beli : Konsep dan Aplikasi*. CV Pena Persada.
- I Komang Wiramas Prayoga, N. N. (2023). *Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Purchaes Intention : Konsep dan Studi Kasus Pada Calon Konsumen Kedai Kopi Fore Coffee*. Jawa Tengah: CV Pena Persada.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Januari Ayu Fridayani, S. E. (2023). *Statistika Inferensial untuk Organisasi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Kelvin Hendrata, P. N. (2021). *Sistem Informasi Pemasaran Pada Masa Covid-19 Di Industri Otomotif*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Lailatus Sa'adah, S. I. (2021). *Penerapan Customer Relationship Management Pada CV. Zam Zam*. Lppm Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Liharman Saragih, L. F. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Marta Widian Sari, M. H. (2023). *Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pariwisata Bahari Teori, Model dan Implementasi*. CV. Gita Lentera.
- Megananda, F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen Minuman Rtd (Ready To Drink) Di Kalangan Mahasiswa Kampus U Nesa Ketintang (Case: Coca= Cola Zero Sugar & Teh Botol Sosro Tawar). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1613-1622. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/15959/7442>
- Miko Andi Wardana, H. S. (2021). *Penjualan dan Pemasaran*. Denpasar: IPB Internasional Press.
- Moh. Erfan Arif, R. A. (2021). *Bisnis Waralaba*. Universitas Brawijaya Press.
- Muh, N. E. (2021). *Akuntansi Lembaga dan Keuangan*. Yogyakarta: Penerbit Andi (Anggota IKAPI).
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada UMKM SKCK (Stasiun Kuliner Canditunggul Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan*

Bisnis, 10(S1), 391-402.
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2018/1616>

Muizzudin, M., & Kisty, S. A. (2020). Pengaruh sertifikasi halal, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Teh Botol Sosro (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Tinggi Islamic Village). *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 10(2), 137-151.
<https://ejournal.uca.ac.id/index.php/islaminomics/article/view/49/45>

Mujito, H. M. (2023). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pengantar Untuk Pemula*. Jawa Barat: Edu Publisher.

Ni Made Widnyani, V. F. (2022). *Syarat Cinta buat Go-Jek: Apa yang Membuat Orang Tetap Setia pada Go-Jek*. Nilacakra.

Nutiar, H. (2022). *The Secret of Library Marketing*. Bppd Apwi.

Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
<https://doi.org/10.35794/emba.3.3.2015.10117>

Poernomo, S. L. (2021). *Hukum perlindungan konsumen pengguna rumah indekost di Kota Makassar*. Nas Media Pustaka.

Putu Sugiarta Sanjaya, E. P. (2023). *Akuntansi Manajemen*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.

Rahmadani, I., & Gofur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiami Kampus Bekasi Angkatan 2018). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 192-204.
<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI/article/view/3095/1476>

Rifqi Suprpto, M. Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.

Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish.

Sanjaya, T. S., Purwati, A. A., Amin, A. M., & Komardi, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Coca Cola Di Dumai (Studi Kasus Masyarakat Dumai). *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(2), 166-178.
<https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/article/view/3397/1230>

- Santoso, A. (2023). Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botok Sosro. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(2), 108-113.
<https://journal.unwira.ac.id/index.php/aksioma/article/view/2483/754>
- Sawhani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Septi, M. W. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Di Banjarbaru (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Kalimantan MAB). <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/11889>
- Shofiudin, Z. R., & Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pembelian Teh Pucuk Harum. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(2), 624-633.
<https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/reslaj/article/view/1813/1381>
- Sihombing, Y. A. (2022). *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image*. Bojong: Penerbit Nem.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D): Vol. 16x24 cm (25th ed.)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta Bandung.
- Suharyat, Y. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jawa Tengah: Wawasan Ilmu.
- Vera Selvina Adoe, M. Y. (2022). *Buku Ajar E-Commerce*. Feniks Muda Sejahtera.
- Wicaksono, R. K. (2020). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen Coca Cola (Studi Pada Konsumen Coca Cola di Kota Malang). *Universitas Brawijaya*. <http://www.sabilfeb.lecture.ub.ac.id/files/2015/01/artikel1.pdf>
- Widyana, S. F., & Simangunsong, R. (2021). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Teh Pucuk Harum). *Pro Mark*, 11(2).
<https://ejournal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/1705/880>
- Yanuar, C. S., & Rahayu, Y. I. (2021, March). Pengaruh Citra Merek, Kemasan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Coca Cola (Studi Pada Supermarket Lion Superindo Di Kota Malang). *In Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)* (pp. 962-975).
<https://jurnal.widyagama.ac.id/index.php/cebi/article/view/165/174>
- Yudha, T. K. (2020). Pengaruh Brand Image Minuman Coca-Cola terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen di Medan). *Wahana Inovasi*,

4(1), 101-133. <https://penelitian.uisu.ac.id/wp-content/uploads/2017/05/12.-Tri-Kartika-Yudha.pdf>

Zahroniya, S., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022, November). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Wardah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo). In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL UNARS* (Vol. 1, No. 1, pp. 262-270).

<http://unars.ac.id/ojs/index.php/prosidingSDGs/article/view/2463/1844>



UNIVERSITAS MIKROSKIL