

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Asmi, K., & Warmayana, I. G. A. K. (2020). *PERANCANGAN DAN PEMBUATAN APLIKASI FILE SERVER BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE INTERPOLATION SEARCH*.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Agustina Shinta. 2021. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Malang : Universitas Brawijaya Press
- Ali, Hasan. 2015. *TOURISM MARKETING. CENTER FOR ACADEMIC PUBLISHING SERVICE*. YOGYAKARTA. Basu Swastha
- Alma, Buchari. 2024. *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. Bandung: CV Alfabeta
- Andika Wijaya, 2018. *HUKUM JAMINAN SOSIAL INDONESIA*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2021). *KUALITAS PRODUK , CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN KOPI LAIN HATI LAMPER KOTA SEMARANG)*. 6(3), 96–107.
- Assauri,Sofjan. 2015. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jakarta : Rajawali Pers Yogyakarta : Pt.Pustaka Pelajar
- Bilson, Simamora. 2021. *MEMENANGKAN PASAR DENGAN PEMASARAN EFEKTIF DAN. PROFITABEL*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Chandra, W., & Wirapraja, A. (2020). *THE EFFECT OF APPLICATION USABILITY, SERVICE QUALITY, AND E-SATISFACTION ON INFLUENCING PURCHASE INTENTION OF GO-FOOD CUSTOMERS*. *Indonesian Journal of Information Systems*, 3(1), 38–49. <https://doi.org/10.24002/ijis.v3i1.3563>
- Chika Andiena Visizia, C. A., & Meyti Hanna Ester Kalangi, M. H. E. (2024). *HARGA, E-WOM, STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC; CUSTOMER-BASED BRAND EQUITY (CBBE) SEBAGAI PEMEDIASI* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Daga, R. (2019). *BUKU 1, CITRA,KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN* (Issue May 2017).
- Darmanto, dan Wardaya, S. 2016. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Yogyakarta: dee publish

- Daryanto. 2021. *MANAJEMEN PEMASARAN* : Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa
- Davis, F. D., Granić, A., Computer, H., & Series, I. (n.d.). *THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL 30 YEARS OF TAM*.
- Fandy, Tjiptono. 2021. *PEMASARAN JASA*. Malang : Bayumedia
- Ferry Cahaya, Y., Siswanti, I., Mihadi Putra, Y., & Pattiwael, A. C. (2023). *CONTRIBUTIONS TO CUSTOMER SATISFACTION FROM PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND PRICE*. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(06), 2434–2440. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i6-02.com>
- Fransiska, D., & Saputra, D. (2023). *PENGARUH KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN (Survey Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta 2017)*. 1(1), 61–69.
- Fx Reynaldi Sanjaya Putra, R. S., & Juli Prastyorini, J. P. (2024). *PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL DAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA STI AMAK DIMODERASI KUALITAS LAYANAN* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Irawan, I. A. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI PADA APLIKASI ONLINE DIMASA PANDEMI COVID-19*. *Kelola*, 7(1), 10–19.
- Jayarama, R. (2023). *EVOLUTION OF THE “OS WHEEL” MODEL OF OPERATIONS STRATEGY IN CONTINUOUS MANUFACTURING INDUSTRY*. *WORLD JOURNAL OF ENGINEERING AND TECHNOLOGY*, 11, 3.
- Jovita Kusumaningtyas, J. K., & Mudayat, M. (2023). *PENGARUH MEDIA PROMOSI ONLINE, BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COZY ARIMBI EATERY PADA PT. JAYA KIRANA SAMUDRA WIBOWO* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Keller, Kevin L. 2018. *MANAJEMEN PEMASARAN*, Jilid Kedua,. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *MANAJEMEN PEMASARAN*. Jilid I. Edisi ke 13
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *MARKETING MANAGEMENT* (15th ed.). Pears on Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *MARKETING MANAGEMENT* (15th ed.). Pears on Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *MARKETING MANAGEMENT* (17th ed.).

- Kotler, P., & Keller, K. L., & Ebook, D. (2016). (*Ebook*) *MARKETING MANAGEMENT (15th Edition)* by Get Instant Ebook Downloads – Browse at <https://ebooknice.com>
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2024. *PRINCIPLES OF MARKETING*, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-commerce 2021-2022 : BUSINESS. TECHNOLOGY. SOCIETY.* (17th ed.).
- Lutfi Bayu Abadi, L. B., & Gugus Wijonarko, G. W. (2024). *PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PENGGUNA APLIKASI CEISA 4.0 DI WILAYAH TANJUNG PERAK* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Martana, I Ketut, dan Dina Andriana. 2018. *ENDORSER SELEBRITI PADA IKLAN POLITIK SEBAGAI UPAYA VOTE GETTER PADA PEMILIH MUDA*. Jakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi Akademi Komunikasi BSI Jakarta, Vol. 5, No. 1, April 2018, Hal. 25-39.
- Minan, K. (2021). *ANALISIS PENDEKATAN METODE TAM PADA PENGGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE*. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 181-187.
- Ngatno. (2018). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN BARU*.pdf. In *EF Press Digi media* (pp. 1–292).
- Novi T, Hariyanti. 2018. *PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODERN*. Jakarta : <https://jurnal.ibmt.ac.id>
- PISAgroIndonesia, P. (2023). *Tabel 2. NEGARA DENGAN LUAS LAHAN KOPI TERBESAR DI DUNIA*. 1–17.
- Prastyorini, J., & Fandiyo, A. A. (2019). *CITRA PERUSAHAAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT PELABUHAN INDONESIA III CABANG GRESIK*. *Jurnal Baruna Horizon*, 2(1), 11-21.
- Puspitaweni, R., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2021). *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER LOYALTY OF TELKOMSEL USERS THROUGH CUSTOMER SATISFACTION IN MEDAN CITY*. *International Journal of Research and Review*, 8(12), 580–586. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20211270.com>
- Putu Indrayana Putra Kusuma & I Putu Gde Sukaatmadja. (2023). *Kata kunci : KEPUTUSAN PEMBELIAN; CITRA MEREK; KUALITAS PRODUK*. *12*(11), 1142–1162.

- Saputri, M. D., & Tri Astuti, S. 2016. *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG PRODUK CUSTOMER CASE HANDPHONE DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. Diponegoro Journal of Management Vol, 5, No 3, 1-10.
- Siti Nur Ulfa Romadhani, S. N., & Juli Prastyorini, J. P. (2024). *CUSTOMER REVIEW, INFLUENCER ENDORSEMENT, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: TRUST DALAM PERAN MODERASI* (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Soedargo, B., & Mulya, S. (2023). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND ADVERTISING CLAIMS ON PURCHASE DECISION. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 469–476. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2116>
- Sudaryono. 2022. *DASAR-DASAR EVALUASI PEMBELAJARAN*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Surachman, Winarmo. 2010. *PENGANTAR METODOLOGI Research*. Bandung : IKIP
- Sutarto. 2006. *DASAR-DASAR ORGANISASI*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Wan, J., Zhu, Y., & Hou, J. (2013). *RESEARCH ON USER EXPERIENCE QUALITY ASSESSMENT MODEL OF SMART MOBILE PHONE*. *Technology and Investment*, 04(02), 107–112. <https://doi.org/10.4236/ti.2013.42013.com>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). *PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP NIAT PENGGUNAAN MOBILE COMMERCE PADA SENTRA TANAMAN HIAS CIHIDEUNG KABUPATEN BANDUNG BARAT*.
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). *ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN E-COMMERCE SHOPEE DI LINGKUNGAN RT08/RW10 SRIAMUR BEKASI*. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674.com>