

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Fahmi, 'Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial', *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1.1 (2017), 137–44
- Anwar, Iful, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4.12 (2015), 5
<<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146/3162>>
- Arfah, Yenni, *Keputusan Pembelian Produk*, ed. by Bincar Nasution (Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022)
<https://books.google.co.id/books/about/Keputusan_Pembelian_Produk.html?id=nTxIEAAAQBAJ&redir_esc=y>
- Bintara, C S, F Rivaldy, S Y Sutarso, and ..., 'Pengaruh Artis Endorser Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Shampoo Pantene', ... *Dan Media Sosial ...*, 2.3 (2022), 236
<<http://www.jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/339%0Ahttps://www.jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/download/339/299>>
- Cahyono, Anang Sugeng, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia', 140–57
- DH, Agung, 'Potensi Ekonomi 800 Kedai Kopi Di Yogya Capai Rp. 350,4 Miliar', *Tirto.Id*, 2016 <<https://tirto.id/potensi-ekonomi-800-kedai-kopi-di-yogya-capai-rp3504-miliar-b4TR>>
- Firmansyah, M. Anang, *Komunikasi Pemasaran* (Pasuruan, 2020)
<<https://www.researchgate.net/publication/342644678>>
- Francisco, Alecsandro Roberto Lemos, 'Pengaruh Citra Merek(Brand Image) Terhadap Pengambilan Krputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2013), 1–2
- Herliza, Radita, and Marheni Eka Saputri, 'Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung The Influence Of

Brand Image To Customer Satisfaction A Case Study Of Zara At Pvj Mall Bandung Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi Dan Bisnis’, *Journal Of Management*, 3.2 (2016), 1949–55 <<https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/116222/pengaruh-brand-image-terhadap-kepuasan-pelanggan-studi-pada-zara-di-mall-pvj-bandung.html>>

Jogja, Pandangan, ‘Ada 3.000 Kedai Kopi Di Seluruh Yogya, Terpadat Di Indonesia’, *Kumparan.Com*, 2022 <<https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIlgDYG>>

Kaplan, Andres, and Michael Haenlein, ‘Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media’, *Business Horizons*, 53 (2010), 59–68 <<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>>

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran* (Prenhalindo, 2006)

———, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, 4th edn (Jakarta: Salemba Empat, 2014)

Kotler, Philip, and Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, 4th edn (Jakarta: Indeks, 2009)

Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2010)

Manzilati, Asfi, *Metodelogi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode, Dan Aplikasi* (Malang: UB Media, 2017)

Miati, Iis, ‘Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar)’, *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1.2 (2020), 71–83 <<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>>

Musa, Muh. Ichwan, ‘Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar’, *Musa*

- Ichwan Muh*, 5.1 (2017), 181–86
- Musianto, Lukas S, ‘Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian’, *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 4.2 (2002), 123–36 <<https://doi.org/10.9744/jmk.4.2.pp.123-136>>
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015)
- Nastain, Muhamad, ‘BRANDING DAN EKSISTENSI PRODUK (KAJIAN TEORITIK KONSEP BRANDING DAN TANTANGAN EKSISTENSI PRODUK) Abstrak’, 5.1 (2017), 16
- Panuju, Redi, *Komunikasi Pemasaran*, 1st edn (Jakarta: Kencana, 2019)
- Rahme, Kamila Alfiana, Serafine Angelina Yudianto, Eugenia Desta Riana Putri, and Muhamad Nastain, ‘The Influence of NCT 127 Brand Ambassador on The “Click” Toothpaste Brand Image in NCTzen’, *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, 1.2 (2022), 95–101 <<https://doi.org/10.59110/aplikatif.v1i2.100>>
- Sarwono, Jonathan, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)
- Sidhik, Dhina, ‘Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Brodo Di Kota Yogyakarta’ (Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2021)
- Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 1st edn (Jakarta: Kencana, 2013)
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, ed. by FL Sigit, 1st edn (Yogyakarta: Andi, 2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*, ed. by Sofia Yustiyani Suryandari (Bandung: Alfabeta, 2018)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Supriyadi, Supriyadi, Wahyu Wiyani, and Ginanjar Indra Kusuma Nugraha,

‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian’, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4.1 (2017), 74–85
<<https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>>

Wahyuddin, Ari, and Handry Sudiarta Athar, ‘Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan di Studio Alam Tv9 Mataram’, *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 6.1 (2017), 1–17
<<https://doi.org/10.29303/jmm.v6i1.22>>

Watie, Errika Dwi Setya, ‘Komunikasi Dan Media Sosial (C Ommunications and Social Media)’, III (2011), 69–75

Wijaya, Valentine Teja, and Bruno Hami Pahar, ‘Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Keamanan Privasi Terhadap Keputusan Pengguna Gojek’, *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 14.1 (2022), 1–10
<<https://doi.org/10.37477/bip.v14i1.241>>