

DAFTAR REFERENSI

- Adnan. (2020). Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe). *Visioner & Strategis*, 9, 15–25.
- Adnan. (2017). *Keputusan Pembelian Konsumen*. Cv. Sefa Bumi Persada.
- Adnan, 2021, Manajemen Pemasaran, Sefa Bumi Persada, Lhokseumawe.
- Azizah & Winarno. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image 1. Azizah & Winarno. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Jakarta. *J Ekon Bisnis Antart*. 2023;1(1):45-51. Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Jakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1), 45–51.
- Bachri, N., Asnawi, A., & Febriansyah, S. (2022). DIGITAL MARKETING: Determinasi Keputusan Berbelanja Online. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 132–139. <https://journal.unimal.ac.id>
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., & Fahy, J. (1993). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Marketing*, 57(4), 83. <https://doi.org/10.2307/1252221>
- Djaslim Saladin. 2013. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pelaksanaan Unsur-unsur Pemasaran. Bandung: CV. Linda Karya.
- Cyrilla Wilda Rizani, Hichmaed Tachta Hinggo, & Hammam Zaki. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 366–376.
- Dewi, M. V. K., & Darma, G. S. (2019). *The Role of Marketing & Competitive Intelligence In Industrial Revolution 4.0*. 16(1), 1–12. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Dharmayanti, D., & Prasajo, S. (2020). Analisa Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Advocacy Dengan Perceived Service Quality Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Virtual otel Operator Reddorz. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 168. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10360>

- Edwar, M., Agustin Diansari, R. A., & Fahmi Winawati, N. (2018). The Factors That Affecting the Product Purchasing Decision Through Online Shopping By Students of Surabaya State University. *International Journal of Educational Research Review*, 3(4), 54–64. <https://doi.org/10.24331/ijere.432350>
- Edyansyah, T., Ahyar, J., Ilham, R. N., Chalirafi, C., & Ikramuddin, I. (2022). the Influence of Segmenting, Targeting and Positioning Strategies on Purchase Decisions At Zhalsa.Id Stores in Lhoksukon City. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1253–1262. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2540>
- Firmansyah. (2021). *Influence of product quality , price , and promotion on purchase decision of Philips Products*. 1(1), 26–36.
- Herdiana R et al. (2022). 91-99_HeleniaRamadhona. 2(3), 91–99.
- Haroen, N. (2001). *Ushul Fiqh 1 / Nasrun Haroen* | Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22014>
- Hendiana, R., Fauzi S.E.,M.M, D. A., Permana S.T., M.Kom, D. S., Zahra, F., Ramadhona, H., Prihatini, R. F., & Wijayanti, E. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran, Peran Penggunaan E-Commerce, Kepuasan Konsumen Terhadap Volume Penjualan Umkm Pada Masa Pandemi Dan Pasca Pandemi Covid 19.*Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 91–99. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.338>
- Kusuma, B. A. P. N., & Putu Miartana, I. (2018). Jurnal Manajemen dan Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 100–119. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Kertajaya, Hermawan. (2006). Hermawan Kertajaya on Marketing. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kotler, Philip and Amstrong. 2015. Principle of Marketing. 15th edition, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kumoal, B. F. O. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 267–292.

- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Mulfachrizza Bachri, Naufal Biby, S. (2021). Keputusan Konsumen Memiliki Kartu Kredit Bank Bri Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 70–79. <http://ojs.unimal.ac.id/index.php/jmind>
- Muthiah, F., & Setiawan, B. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic, dan Emotional Branding terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(2), 259–267. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i2.228>
- Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-commerce Shopping Decisions. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1), 76–82. <https://doi.org/10.25124/jmi.v20i1.2800>
- Rahmah, S. N., Igo, A., & Ilham, M. (2022). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Komsumen Roti Sultan di Kelurahan Kadia. *Jurnal Online Program Studi Pendidikan*, 7(4), 84–89. <http://jopspe.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/2%0Ahttps://jopspe.uho.ac.id/index.php/journal/article/download/2/4>
- Rizky, T. A., & Dianita, I. A. (2023). The Effect Of E-WOM And Source Credibility Of Instagram Account @racunshopeecheck On Customer Path 5A (Aware, Appeal, Ask, Act, Advocate). *Business Journal : Jurnal Bisnis Dan Sosial*, 8(2), 129. <https://doi.org/10.25124/businessjournal.v8i2.5833>
- Rusydi, R., Adnan, A., Sutan, S., & Bachri, N. (2021). the Influence of Environment, E-Wom, and Facilities on Tourist Decisions To Visit Sawuek River, North Aceh, Indonesia. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 1(2), 207–214. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v1i2.89>
- Safira, I., Ikramuddin, & Jullimursyida. (2024). *Pengaruh Brand Image , Kepercayaan , Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe)*. 13, 27–32.
- Sari, D. N., Valianti, R. M., & Damayanti, R. (n.d.). *Analisis Credibility dan Attraction Keputusan Konsumen Dalam Memilih Sanggar Tari Srijayanasa Dance School Sumatera Selatan Melihat kondisi persaingan pasar di berbagai lini usaha yang semakin ketat , menjadi tugas suatu perusahaan untuk dapat melihat str.* 53–68.

- Simanjuntak, D. C. Y., Fensia, P., & Veronica, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Alfa Scorpii. *Hospitality Branding*, 3(10), 82–92.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono dan Chandra. (2017). Pengaruh Strategi Segmenting , Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*
- Winarti. (2021). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat menabung Di BNI Syariah KCP Kuningan. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman*, 2(2), 165–173.