

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Halim, Abd. Kodir Djaelani, & Mohammad Khoirul Anwarudin. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kafe Es Teh Indonesia Tlogomas Kota Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1–12.
- Ahira, P., Kurniasari, I. H., Digital, U. T., & Merek, C. (2023). Analisa Citra Merek Produk Es Teh Indonesia. *Jurnal Ikrath-Ekonomika*, 6(2), 292–298.
- Alvian, I. G. P. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen “Masalah.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(September 2019).
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol No 1, 63.
- Angeline, C., Suparna, G., & Dana, I. M. (2023). The Role of Brand Image Mediates the Influence of Promotion on Purchase Decisions. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(10), e869.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928.
- Azali, Z. A., & Fauzia, F. (2023). Pengaruh Kualitas Provider Telkomsel Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di Desa Ciluluk. *Prosiding Frima*, 6681(6), 377–392.
- Bintan, C., Harisma, D., Sidanti, H., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2022). Pengaruh Media Sosial dan User Experience terhadap Keputusan Pembelian Handphone Second di Marketplace Facebook (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September*.
- Caraan, A.A., Maghari, C.A.C., Penafiel, L.P., and Federico, A. (2022). Impact of Social Media on Consumer Buying Decision-Making Process. *International Journal of Thesis Projects and Dissertations*, 10(3), 96–103.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Mode Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literatur Review Manejemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1).
- Chuah, S.-C., Arifin, A. M., Mayaddin, M. N., & Othman, M. F. (2023). Impact of Social Media Marketing Activities on Online Purchase Intention for the Cosmetic Industry in Malaysia. *Information Management and Business Review*, Vol. 15 No, 106–113.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30.
- Dasmasele, V. B., & Tunjungsari, H. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Pengusaha Wanita. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 864.
- Deepa, M., & Priya, D. V. K. (2021). Impact of Social Media on Consumer Purchasing Decision Making. *Pacific Business Review International*, 13(12), 15–25.
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227.
- Elliyana, E., Surianti, Rostini, Gazali, H., Sucidha, I., Verawaty, Erwin, Ardyan, E. E., Fadilah, N. R., Yuliani, Tyra, M. J., Paerah, A., Nurmasari, I., Dwita, F., Suryo, B. S., & Narwis, H. A. (2022). *Perilaku Konsumen* (A. H. Nadana (ed.); Cetakan Pe). Ahlimedia Press.
- Erlangga Putra, A., & Budiono, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan di Es Teh Indonesia Bintaro. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1).
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conferences Management and Business (NCMAB)*, 689–705.
- Fauzi, A. Z., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia (Survei Pada Followers Twitter Es Teh Indonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 32–39.
- Fitriana, M., Ernawati, F. Y., & Novandalina, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi kasus pada toko bahagiadi desa pucungrejo).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F. (2009). *Multivariate Data Analysis (Edisi 9)*. Pearson Education.
- Hamirul, Zulkifli, Hidayat, N., & Elsyra, N. (2022). Viral Dulu, Usut Kemudian (Studi Tentang Kontrol Sosial Melalui Media Sosial). *Jurnal Pendidikan*

Dasar Dan Sosial Humaniora, Vol 1 No 3.

- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102.
- Haryanto, A. A. F., Komariah, K., & Danial, R. D. M. (2021). Social Media and Viral Marketing Analysis of Purchase Decision Through TikTok Application. *Inobiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9, 33–39.
- Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*.
- Indriyani, R., Suri, A., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Korespondensi, P. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 14 No 1*.
- Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3).
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen (Cetakan Pe)*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ka, S., Sulibhavi, B., & Author, C. (2017). Brand Image and Trust on Customers Loyalty: A Study on Private Label Brands in Hubli-Dharwad Conglomerate City of Karnataka. *Int. Journal of Engineering Research and Application*, 7(6), 2248–9622.
- Kalam, K. K., & Islam, M. (2020). Influence of Social Network and Social Media toward Satisfaction through Consumer Purchase Decision: Analytical study on Malaysia's Consumer. *Australian Journal of Business Science Design & Literature*, 3284(June).
- Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, M., Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(2), 136–145.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.

- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis, Volume 1 Nomor 1*.
- Maia, F. C., Saldanha, E. de S., & Graciana, B. da C. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions Through Corporate Image as Mediation Variable. *Timor-Leste Journal of Business and Management, 5(1)*, 68–80.
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Technobiz, 4(2)*, 62–69.
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 11 No 1*.
- Menitulo, G., Paskais, D., & Timotius, D. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan, 4(2)*, 297–308.
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Ambiwara, 1(2)*, 71–83.
- Muqoffa, A. N. F., Mawar, M., & Serikandi, N. (2022). Manfaat Sosial Media dalam E-Government di Indonesia. *Jurnal Jispendiora, 1(3)*, 34–41.
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Vol 6 No 2*, 145–162.
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Seprei Rise). *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5(3)*.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Cermin: Jurnal Penelitian, 4(1)*, 133.
- Nuwayyar¹, J. H., Dwi, A., Wardhani², K., Fiolentina, R., Wulansari³, Z., Claretta⁴, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). Persepsi Konsumen pada Somasi Es Teh Indonesia terhadap Minat Beli Pelanggan di Surabaya. In *Jurnal Socia Logica (Vol. 1, Issue 2)*.
- Oktania Rahayu, V. (2022). Pengaruh Citra Merek, Social Media Marketing, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Teh Indonesia

- Cabang Tulungagung. In *Jurnal Kontemporer Akuntansi* (Vol. 2, Issue 2).
- Pandey, R., Reddy, L. S., Chaudary, V., Widyawati, V. T., Sin, L. G., Bin Mohd Ghazali, M. K. A., Kee, D. M. H., Bin Ibrahim, M. F., Bin Ahmad Fadzeil, M. Z., & Binti Mohamed, N. A. (2021). Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia). *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, 4(1), 71–85.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16–23.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, Volume 4 Nomor 3*.
- Pramana, K. M. P., & Mayasari, N. M. D. A. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, Volume 6(Issue 2)*.
- Pratita, B. W. A., Pratikto, H., & Sutrisno. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Kober Bar Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan, Volume 3 Nomor 4*, 497–503.
- Purwanto, H., Kadi, D. C. A., & Indrasari. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Decision Dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Konsumen Roti Bluder Mirasa). *Citaconomia : Economic and Business Studies*, 01(91), 31–48.
- Putri, A. Y., Purwanto, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Buying Interest sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Produk Kecantikan Lokal MS Glow di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4, September*.
- Reinout Adonis, M., Budi Rahayu Silintowe, Y., Ekonomika dan Bisnis, F., Kristen Satya Wacana, U., & Artikel, R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal Capital*, 3(1).
- Rifai, W. A., & Sigit, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Harga

- sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa yang Berkuliah di Yogyakarta dalam Membeli iPhone). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(04), 15–29.
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Loket.Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1181–1187.
- Salsabila, S. N., & Shabrina, A. (2023). Analisis Persepsi Konsumen Es Teh Indonesia Pada Tindakan Pemberian Surat Somasi. *Jurnal Komunikatif*, 12(1), 94–104.
- Septiyani, Y., Dilasari, R., & Zubadi, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rabbani Store di Kota Magelang. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*.
- Setiawati, D. (2018). Pengaruh Laba Bersih Dan Arus Kas Operasi Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015. *Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 321.
- Siti Marselia, Aisyah Nur Rismayanti, Khalid Iskandar, Indah Dewi Mulyani, & Nur Afridah. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek, Serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Toko Virdasari Desa Sitanggal Kabupaten Brebes. *Cidea Journal*, 2(2), 160–178.
- Sudarnice, Stepahnie Titing, A., & Sriwahyuni, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo. *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol 5 No 1.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif (Edisi 2)*. Penerbit Alfabeta.
- Suhardi, Y., Akhmadi, A., Darmawan, A., & Indonesia, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Electronic Word of Mouth, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Makanan Oke Enak Rawamangun). *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(1), 122–137.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*.
- Wardana, M. A. (2023). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Intelektual Manifest Media.
- Wijianti, F., Putra, A. M., Akbar, T. S., & Syahliendra, J. (2023). Systematic Literature Review Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap

Keputusan Pembelian pada Es Teh Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, Vol 2 No 2*.

Yasmin, A. (2017). Impact of Brand Image on consumers ' Purchase Decision. *International Journal of Research in Social Science*, 7(10), 627–644.

Zubaidah, F., Sidanti, H., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Maybelline Dengan Niat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 4(September).