

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Aaker, David A. (2018). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Adelia, R & Cahya, S. 2023. Pengaruh *Content Marketing* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Mafia Gedang di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 11(3). 330.
- Afandi D., Wahyono,D., Widyastuti, Nugraha, A., Novita, Y. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing*, Harga dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT) KITA*. 8(2). 655
- Agriansyah, A. (2024). Pengaruh Harga, Lokasi, Keamanan, Kenyamanan, dan Fasilitas terhadap Minat Sewa. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. 3(4). 1078.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2021). *Theory of Planned Behavior*. <https://people.umass.edu/aizen>
- Alamsyah, A. R., Wibawa, G. R & Fitriadi, B. W. (2025). Pengaruh Promosi Online dan *Word of Mouth* terhadap Minat Sewa Wisma Al Madinah Kota Tasilmalaya. *Jurnal Neraca Akuntansi Manajemen*, 21(2).
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Anas, Z., Santoso, F & Faisol. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, *Word of Mouth*, *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Durian Putri Jaya Kabupaten Sampang. *Journal of Economic and Business*. 1 (1). 47
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Az-Zahra, P & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. 6(3). 2015.
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson. <https://www.pearson.com>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson. *Referensi Digital Marketing Strategy (ResearchGate)*
- Deiss, R., & Henneberry, R. (2020). *Digital Marketing for Dummies*. Wiley.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyana, T., Hidayati, R., Nasution, A., Muslikh & Marhamah, S. (2023). Pengaruh *Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling Dan Brand Image* Terhadap Minat Beli Pada CV Laditri Karya. *Journal of Accounting, Management and Economics Research*. 1(2). 89.
- Julindri, M., Rahman, S., Rezfajri, M & Setyawan, O. (2023). Pengaruh *Digital Marketing, Lifestyle dan Brand Trust* terhadap Minat Beli Produk Apple di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Terapan*. 3(1). 41
- Jumiati, Ashriana, A., Fitriyani, Z & Pratiwi, E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Caption Home Mojokerto. *Jurnal Ekobistek*. 12(1). 498.
- Kasman, K., Abdillah, D & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen *Marketplace* Lazada. *Jurnal Economina*. 3(9). 2288-2289.
- Keller, Kevin Lane (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Khairunnisa, C., Suharyanto & Ariyanto, T. (2023). Analisis Media Sosial Marketing dan Optimasi Mesin Pencari (SEO) Terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*. 10(2). 43.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000003190>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2018). *Principles of Marketing* Edisi 17. Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2016). *Marketing Management* Edisi 15. Pearson Education.
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. Rajawali Pers.
- Nababan, B., Adyas, D., Muhlis & Adriana, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Sewa Kendaraan di PT Surya Sudeco (Tunas Rent). *Jurnal Economicus*. 13(1). 9
- Nadeak, S & Sabrina, H. (2026). Pengaruh *Brand Image, Digital Marketing* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Cosmestic Pada

- Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Methodist Indonesia. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 5(1), 7918
- Nasrullah, M., Remmang, H & Chahyono. (2022). Pengaruh Iklan dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Konsumen dengan *Brand Trust* sebagai *Variabel Intervening*. *Indonesian Journal of Business and Management*. 5(1). 17.
- Nirmala, D., Nafiqoh, A., Manjasari, P., Maharani, E., Ningsih, K & Kuswandi. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada PKM Tabaxain.aja). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial (EMBISS)*. 4(2). 114-115.
- Periawan, I. M & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Sewa Widia *Sound System* di Gianyar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 7(3). 895
- Purwati, A & Cahyanti, M. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal ilmiah Ekonomi Kita*. 11(1). 42.
- Prayogo, A., Achmad, F., Dwi,S., Fiqih, A., Firmansyah, T., Muhammad, K., Muh, R. H & Sendy, W. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Viral Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*. 1(4). 761.
- Rianda, M., Setyawati, N. A & Sumantyo, F. D. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Properti Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Sewa Rumah Kontrakan Griya Harapan Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*. 3(8). 93
- Riswarnanda. A & Anandita, S. R. (2025). Pengaruh Promosi Online dan Ketersediaan Fasilitas Terhadap Minat Sewa Bus Pariwisata di PT. Berdikari Artha Jaya. *Jurnal business and economic publication*, 3(2), 64.
- Robiah, S & Adinugraha, H. (2022). Pengaruh *Digital Marketing*, Harga Dan Kreativitas Dekorasi Terhadap Minat Sewa Jasa Mua. *Jurnal Economic and Strategy (JES)*. 3(1). 68.
- Safitri, J & Khasanah, A. (2023). Pengaruh Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk, Dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 7(1). 13
- Sari, D. (2023). “Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli”. *Jurnal Bisnis Digital*. <https://ejournal.undip.ac.id>
- Sasmita, C & Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Promosi Sosial Media (*Digital Marketing*) terhadap Minat Beli Chatime Wilayah Badung - Bali. Sintesa. 318.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (12th ed.)*. Pearson Education.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar (2015). *Consumer Behavior*. Pearson Education.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M., Karnain, B., Dewi, R., Sugiharto & Santoso, H. T. (2024). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Konsumen Jasa Sewa Forklift pada PT Mahira Multi Sarana di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*. 3(2). 211.
- Tarigan, P., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S & Nugraha, A. (2023). Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi)*. 9(4). 1437.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran*. Andi. <https://andipublisher.com>
- U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business* (7th ed.). Wiley.
- Victoriadita, S & Wahyuningtyas, Y. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Digital terhadap Minat Beli Kunin Daster Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*. 6(2). 512.
- Wijaya, I. G., & Dewi, N. 2022. Pengaruh iklan dan *brand image* terhadap minat beli mie Lemonilo di Kota Mataram. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*. 17(1). 67.