

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.558>
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity*, 1(5), 446–452. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity>
- Nuraisah, N. (2021). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI SENSODYNE DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi Kasus Pada Konsumen Sensodyne di Kabupaten Lampung Barat)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG). Suciningtyas, Wulan. "Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian." *Management Analysis Journal* 1.1 (2012).
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Roskawati, H. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada De'Sushi Japanese Resto Hertasning Makassar* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR).Rosmayanti, Melan. "Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen Mixue." *Journal on Education* 5.3 (2023): 8126-8137.
- Rumaidlany, Deny, Siti Mariam, and Abdul Haeba Ramli. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald'S Di Palmerah Jakarta Barat." *Jurnal Lentera Bisnis* 11.2 (2022): 102.
- Octaviona, N. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gadget di Toko Suryaphone Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1), 24–31. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i1.3926>
- Nusron, Anis, and Adji Achmad Subadar. "PENGARUH BRAND AWARENESS DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI REPURCHASE INTENTION (Study Kasus Pengguna Platfrom E-commerce Shopee di Kota Pasuruan)." *Transparan* 15.2 (2023).
- Tamrin, M., Tukinah, U., & Putri, D. A. (2024). Determinan Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen*

- dan Akuntansi*, 6(1), 116-136. Paludi, Salman, and Rahmah Juwita. "Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 18.01 (2021): 41-53.
- Ling, Tjong Su, and Anton Widio Pratomo. "Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor." *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 1.1 (2020): 31-42.
- Oscar, Yessica, and Keni Keni. "Pengaruh brand image, persepi harga, dan service quality terhadap keputusan pembelian konsumen." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 3.1 (2019): 20-28.
- Christian, J. (2022). Pengaruh Price Perception, Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kertas Titik Koma. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 9(1), 32-39.
- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50-57.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291.
- Clarita, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(1), 37-53.
- Amalia, I. K., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Rocket Chicken Cabang Kabupaten Kendal). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 166-172.
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086.
- Sari, M., & Kapuy, H. R. (2022). Pengaruh Interior Display Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Butterfly. *Ekomen*, 21(1), 36-46.
- Wijaya, A., Vincent, W., & Tampubolon, M. (2024). Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Karung Goni Dan Kotak. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 640-646.
- Nisa, T. A., Deswindi, L., & Maulidizen, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Online Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 38-52.
- Pratama, L. V., Fatimah, F., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Customer

- Experience Terhadap Keputusan Pembelian Kembali: Studi Kasus Pada Warung Ayam Gepuk Sambel Ijo Genteng Banyuwangi. *Journal of Business Management*, 2(1), 1-4.
- Muthiah, F., & Setiawan, B. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic, dan Emotional Branding terhadap Keputusan Pembelian”.
- Mardiasih, T. S. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Rusnendar, E., & Salma, G. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan customer experience terhadap keputusan pembelian produk UMKM yoghurt di Bandung Timur pada masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 6(1), 62-69.
- Ghealita, V. (2015). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian amdk merek AQUA (Studi pada masyarakat di kota bandung). Image: Jurnal Riset Manajemen, 4(1).
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299-310.
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh persepsi harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (2020). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen mebel madina di kota banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 9(2).
- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh customer experience terhadap minat beli ulang (Studi pada pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *eProceedings of Management*, 6(1).
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). *Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Pranoto, R. G. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-9.