

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Z. (2023, 21 Juni). Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026. Diakses 26 April 2024, dari <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>
- Amin, A. M., & Natasha, S. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Nestle Pure Life. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(2), 188-198.
- Andreas, W.S. (2023, 23 Desember). 4 Manfaat susu UHT, Susu yang Diproses untuk Cegah Keracunan. Diakses 2 Desember 2023, dari <https://helohehat.com/nutrisi/fakta-gizi/susu-uht-adalah/>
- Apriastuti, N. M. D., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Belanja Online Shopee di Kota Denpasar. *Emas*, 3(10), 71-80.
- Aryanti, L. W. K., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Brand Equity, Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Wine Pada PT. Hatten Bali. *EMAS*, 2(1).
- As'ad, H. A. R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity.
- Cimory, (2021-2024). Presentasi Perusahaan. Diakses 14 April 2024, dari <https://cimory.com/company-presentation.php>
- Cindy, M.A. (2022, 5 Agustus). Ragam Jenis Minuman kemasan Favorit Masyarakat Indonesia (Juli 2022). Diakses 2 Desember 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/05/6-aneka-minuman-rasa-dalam-kemasan-favorit-masyarakat-indonesia-mana-favoritmu>
- Cindy, M.A. (2023, 12 Februari). Frisian Flag hingga Ultra, Ini Merek Susu UHT yang Banyak Dikonsumsi Masyarakat Indonesia. Diakses 20 April 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/17/frisian-flag-hingga-ultra-ini-merek-susu-uht-yang-banyak-dikonsumsi-masyarakat-indonesia>
- Cindy, M.A. (2021, 5 Juli). Top Brand Award Susu Cair dalam Kemasan Siap Minum (2021). Diakses 3 Desember 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/05/daftar-produk-susu-terfavorit-di-indonesia-siapa-juaranya>

- Daryanto, Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, (Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011) hlm. 1
- Efanny Fillayata, V. (2020). *Prosiding The 11 th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung*.
- ESilaban, S., & Sagala, R. (2019). *PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) SIMPANG MATARAM MEDAN* (Vol. 5, Issue 2).
- Fauzi, L. M. & A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Ferdiana, R., & Yuwono, I. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum (Studi Pada Masyarakat Kota Bekasi). *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7).
- Firmansyah, M. A. 2019. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2011). *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition*. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (n.d.). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 1). <https://republika.co.id>
- Islamey, A. V., & Maskur, A. (2023). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Swiss House Bakery Kota Semarang)*. In *Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian...* (Vol. 4).
- ikm.kemenperin.go.id. (2024, 7 Juni). *Kemenperin Jaring dan Kembangkan IKM Pangan Inovatif melalui Program Indonesia Food Innovation 2024*. Diakses 11 Juni 2024. Dari <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-jaring-dan-kembangkan-ikm-pangan-inovatif-melalui-program-indonesia-food-innovation-2024>

- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th Edition). NJ, USA: Pearson Education, Inc
- Kotler, Phillip, and Kevin Lane Keller. 2018. "Marketing Management." In *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>.
- Liya, I., Karmila, K., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh hallyu wave, brand ambassador, brand image dan wom terhadap keputusan pembelian pada mie sedap selection korean spicy chicken. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7700>
- Mariani, I. (2020). *KAJIAN RISIKO KEBERADAAN DAN KONTAMINASI AFLATOKSIN M1 DALAM SUSU UHT BERPERISA* (Doctoral dissertation, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang).
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)* (Vol. 4, Issue 2).
- Mayangsari, R. (2020). Inovasi Produk Rahn Menggunakan Akad Ijarah Di Pegadaian Syariah. *Tahkim: Jurnal Hukum Dan Syariah*, 15, 255-64.
- Mufrida, I.E. (2024, 30 Maret). Orang Indonesia Paling Sering Habiskan Waktu untuk Main Sosial Media. Diakses pada 25 Juli 2024. Dari <https://goodstats.id/article/orang-indonesia-paling-sering-habiskan-waktu-untuk-main-sosial-media-nETfh>
- Mukuan, A. L., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2023). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Instagram, Electronic Word Of Mouth, Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mozzaoc Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 193-203.
- Narwanda, A. D., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Cimory Yogurt di Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 706-719.
- Nasrullah, R. (2018). Riset khalayak digital: Perspektif khalayak media dan realitas virtual di media sosial.

- Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122-134.
- Novila Mileva, D. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Novitasari Albar, D., & Setyo Iriani, S. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KONSUMEN DOMINO'S PIZZA DELTASARI SIDOARJO). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 717–736. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.86>
- Nugraha, *et al.* (2021). Teori Perilaku Konsumen. Penerbit PT. Nasya Expanding Management (NEM)
- Nurhamidah, I. A. (2022). The Effect of Influencer Marketing on Purchase Decision at Baso Aci Akang in Bandung, Indonesia Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 3(3), 81–89. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Othysalonika, O., Muhaimin, A. W., & Faizal, F. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Makanan Sehat di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 6(3), 1134. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.03.32>
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2003), hlm 12
- Putri, A. A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 226-236.
- Putra, A. F., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair UHT Ultra Milk. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Rahayu, V. O. (2022). Pengaruh Citra Merek, Social Media Marketing, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Teh

- Indonesia Cabang Tulungagung. *Jurnal Kontemporer Akuntansi*, 120-128.
- Rayi, G., & Aras, M. (2021). How Product Innovation and Motivation Drive Purchase Decision as Consumer Buying Behavior. *Journal of Distribution Science*, 19(1), 49–60. <https://doi.org/10.15722/jds.19.1.202101.49>
- Sania, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng. *STREAMING*, 1(1), 37-47.
- Sari, D. N., & Feranita, N. V. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Majalah Ilmiah Cahaya Ilmu*, 3(2), 59-69.
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3). Prenada Media.
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Br Ginting, L. T. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 80–91. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.958>
- Silaban, S. E., Elisabeth, E., & Sagala, R. (2019). Pengaruh promosi, harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Kentucky Fried Chicken (KFC) Simpang Mataram Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 209-228.
- Simamora, A. K. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow Pada Generasi Milenial Di Lubuk Pakam.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND*. Penerbit Alfabeta.
- Suwastiari, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2021). Pengaruh Green Marekting, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks Coffee Di Denpasar. *EMAS*, 2(1).
- Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, S., Widyantini, D., Soekanda, E., Studi Akuntansi, P., Triguna Bogor, S., Barat, J., & Studi Manajemen, P. (2020). *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan Volume: 8 No: 2 Tahun 2020 PENGARUH INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PIZZA HUT BOGOR*. <https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist>

- Viva, B.K. (2023, 13 Februari). Makanan dan Minuman Topang Sepertiga Industri Pengolahan Nasional pada 2022. Diakses 2 Desember 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/13/makanan-dan-minuman-topang-sepertiga-industri-pengolahan-nasional-pada-2022>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128-136.
- Wowor, C., Lumanuw, B., Ogi, I., Wowor, C. A., Lumanauw, B., Ogi, I. W., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA DI KOTA MANADO THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND LIFESTYLE ON BUYING DECISION OF JANJI JIWA COFFEE IN MANADO CITY*. 9(3), 1058–1068.
- Zagoto, Y., Yuliyati, M. T., Pambudi, R., Cikdan, M., & Mukadi, M. (2022). Peran Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(1), 37-40.

