

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditria, D., Digdowiseiso, K., & Nurwulandari, A. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *E-wom* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 30-45.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Amperawati, E., Rahmawati, R., Haerofiatna, H., & Rusmawan, T. (2024). Investigating the role of viral marketing, and brand awareness on purchase decisions: An empirical study in Indonesian online shops. *International Journal of Data and Network Science*, 8(3), 1715-1726.
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., & Irawati, L. (2022). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Lada Di Provinsi Lampung. *Jurnal Agrisep*, 23(1), 43-51.
- Aulia, J. O., Riyanto, A., & Aini, W. H. (2024). The Effect of Location, Service Quality, and Store Atmosphere on purchasing decisions at gedoh Coffee Singojuruh. *Neo Journal of economy and social humanities*, 3(1), 12-19.
- Awaludin, M. N., & Sukmono, S. (2020). The Effect of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Decisions With Viral Marketing As Intervening Variables on Janji Jiwa Coffee Consumers Among Students Using Social Media Area Jabodeta. *AFEBI Management and Business Review*, 5(1), 54-68.
- Betari, S., Maharani, N., & Harahap, D. A. (2022, February). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Coffee Shop Kawan Kopi Bandung. In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 1, pp. 779-784).
- Cahyadi, C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *EMaBI: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 60-73.
- Dabbous, A., & Barakat, K. A. (2020). Bridging the online offline gap: Assessing the impact of brands' social network content quality on *Brand Awareness* and purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101966.
- Daniel, A. J., Parlyna, R., & Yusuf, M. (2021). The Influence of Promotion, *Brand Image* and *Brand Awareness* towards Purchasing Decision Janji Jiwa Coffee. *International Journal of Current Economics & Business Ventures*, 1(1).

- Fajri, I., Rizkyanfi, M. W., & Ismaya, R. (2021). The Effect Of Social Media Marketing On Purchase Decisions With *Brand Awareness* As An Intervening Variables In Praketa Coffee Shop Purwokerto. *The Journal Gastronomy Tourism*, 8(2), 97-110.
- Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi. *Jurnal Economia*, 2(9), 2628-2643.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husna, A. L., Wijastuti, S., & Sulistiyono, M. N. (2021). Dampak Social Media dan Word of Mouth Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ayam Geprek 26 di Mojolaban Sukoharjo. *Jurnal Ganeshwara*, 1(2).
- Hidayatulloh, M., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telur Asin Di UMKM Mardlotillah Salty Eggs Lamongan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1643-1649.
- IDX Channel, 31 Juli 2024. Pizza Hut (PZZA) Rugi Rp75 Miliar di Semester I-2024. Diakses pada 21 Agustus 2024, dari [Pizza Hut \(PZZA\) Rugi Rp75 Miliar di Semester I-2024 \(idxchannel.com\)](https://www.idxchannel.com)
- Imaniar, D. N., & Setiawan, H. (2023, September). PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDOMIE PADA MASYARAKAT KOTA MAGETAN. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kurnianingsih, K., & Achsa, A. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Mie Gacoan Magelang). *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 4(2), 181-206.

- Meldarianda, R., Lisan, H., & Kristen, U. (2010). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108.
- Meme, R., & Byre, R. O. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli Konsumen Roxy Swalayan Ende. *Analisis*, 10(2), 1-13.
- Novianti, N., Andriani, D., & Veronika, R. (2021). Kesadaran Halal Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Di Restoran Jepang (Studi Kasus Pada Enam Restoran Jepang Di Kota Makassar). *Home Journal.*, 3(2), 113-135.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62-69.
- Praditya, R. A. (2024). The Role of service quality, product quality, location and product innovation on consumer purchasing decisions and word of mouth. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 5(2), 20-24.
- Rahmawati, D. I., & Agoestiyowati, R. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Produk Dunkin Donuts (Studi Kasus Pada Konsumen Di Koja, Jakarta Utara). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 571-583.
- Rompas, P. T., Tumbuan, W. J. A., & Tielung, M. V. (2024). The Influence Of Store Atmosphere And Product Quality On Customer Satisfaction At Chamar Cafe Kawangkoan. *Indonesian Journal of Economics, Management and Accounting*, 1(3), 175-185.
- Rosanti, N., & Salam, K. N. (2021). The Effects of *Brand Image* and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365-375.
- Salsabiela, F. H., Listyorini, S., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Pemilihan Brand Ambassador dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Konsumen Kopi Lain Hati Wonosobo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 504-513.
- Salsabilla, Y., Ahmad, A., & Ambarwati, D. A. (2023). Pengaruh Penggunaan Slogan Pada Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro Dengan Mediasi Kesadaran Merek. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(4), 244-259.

- SARI, D. F., & SARI, P. N. (2023). ANALISIS PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE, CELEBRITY ENDORSER, DAN PERCEIVED PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN LEMONILO (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Safitri, E. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, POTENSI MEREK, LOYALITAS MEREK DAN PERSEPSI PRIBADI MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN SIAP SAJI MIRROR PIZZA (Studi pada Konsumen Mirror Pizza di Bandarlampung).
- Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi Pada Mahasiswa Yang Sedang Kuliah Di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1567-1572.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Wibasuri, A., **Tamara, T.**, & **Sukma, Y. A.** (2020, October). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online Shopee. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 68-78).
- Zakaria, M., & Wardhana, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Melalui Instagram Terhadap *Brand Awareness* Mixue Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 10(4)