

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi. In Meiga Lettucia (Ed.), *Pengantar Manajemen* (p. 1). publishing.ae@gmail.com.
- Aprilia Salim, F., Irtanto, D., & Agung Nugraha, K. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Brand Awareness terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 1683. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.50313>
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. In *Keputusan Pembelian Produk* (p. 4). PT. INOVASI PRATAMA INTERNASIONAL.
- Aris Ariyanto, R. B., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Dienni Ruhjatini Sholihah, M. A., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Defin Shahrial Putra, Amrin Mulia Utama, S., & Bancin, J. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In U. Saripudin (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (p. 2). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Arrianda, A., Indrawati, H., & Ryantama Isjoni, M. Y. R. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Beta Coffee Pekanbaru. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 14028. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.5536>
- Ayu Puryanti, Sri Ernawati, & Julaiha Julaiha. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Makanan Pada UMKM Kota Bima. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 273. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i3.988>

- Broto, F. S. W. W., Karnalim, Eofilus, Anastasi, & Monica. (2024). The Influence of Viral Marketing and Brand Awareness on Consumer Purchase Intentions for Mixue Beverage Products in Malang. *IJBAE*, 3(4), 749. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/ijbae.v3i4.10350>
- Candra, B. F. (2024). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Kembang Goela. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 3(7), 2409. <https://doi.org/10.59188/jcs.v3i7.793>
- Cen, C. C. (2023). Pengantar Manajemen. In *Pengantar Manajemen* (p. 1). PT. INOVASI PRATAMA INTERNASIONAL.
- Damanik, R., Yesni, Saragih, H., Yoan, Sinaga, O., & Savrina. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.36985/n251m607>
- Destyana, Yolinda, Handoyo, & Edy, S. (2023). Pengaruh digital marketing, perceived ease of use, dan ragam produk terhadap minat beli serta pengaruhnya pada keputusan pembelian melalui e-commerce Shopee di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 390. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i2.23363>
- Dian Ari Nugroho, N. S. (2023). Dasar-Dasar Digital Marketing Teknologi, Media Sosial, dan Strategi. In *Dasar-Dasar Digital Marketing Teknologi, Media Sosial, dan Strategi* (p. 2). UB Press.
- Dyah Kusumawati, Faiq Fuadi, S. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli pada Produk Es Teh Cup Jumbo. *Serat Acitya-Jurnal Ilmiah UNTANG Semarang*, 13(1), 22. <https://doi.org/https://doi.org/10.56444/sa.v13i1.1358>
- Erma Laelatul Zahroq. (2022). Analisis Penentu Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi-Z.

Juremi: Jurnal Riset Ekonomi, 2(1), 83.
<https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2377>

Etty Zuliawati Zed, Selvi Indriani, & Sefi Fefiana Wati. (2025). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 171.
<https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4740>

Hanan Laras Sabrina, Yosi Fahdillah, M. G. P. (2024). Exsploribf The Impact Of Celebrity Endorsment And Brand Awareness On Consumer Behavior : A Case Study Of Teh Indonesia In Kota Baru Jambi. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 7(2), 37.
<https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jbsmr.v7i2.35234>

Indah Nur Agustiani, Zebua, R. S. Y., Kusyanda, M. R. P., Rusdiani, N. I., Hayani, N., & Rizal, A. A. (2024). No Title. In Efitra (Ed.), *Digital Marketing* (p. 2). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Indrajaya, H. S. (2024). Manajemen Pemasaran. In R. D. Adhianto (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (p. 1). Kaizen Media Publishing.

Iqbal Ramadhani Mukhlis, R. R., Oktaviani, Dewi Agustina Solihin, Indah Nur Agustiani, Nur Kholifah Akrom, S. M., & Riana, N. (2023). Digital Marketing Strategy Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini. In E. & Sepriano (Ed.), *Digital Marketing Strategy Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini* (p. 1). Sonpedia Publishing Indonesia.

Irfanudin, A. M. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Macs Stationery. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 2(2), 78. <https://doi.org/10.32493/jmw.v2i2.22390>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management. In *Marketing Management* (15th ed.). Erlangga.

- Madasansa, A. C., Trimo, L., Utami, H. N., & Fatimah, S. (2024). Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image dan Brand Awareness Teh Walini The Influence of Digital Marketing on the Brand Image and Brand Awareness of Walini Tea. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2022), 2898. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mimbaragribisnis.v9i2.14561>
- Melia, C. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Secara Online Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 242. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.244>
- Miguna Astuti, A. R. A. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. In *Pengantar Manajemen Pemasaran* (p. 2). Deepublish Publisher.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2022). Strategi Bauran Pemasaran (MARKETING MIX) Dalam Persfektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.113>
- Nathalia, A., & Indriyanti, I. S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Brand Awareness dan E-Wom Terhadap Repurchase Intention Pada Konsumen Kosmetik Halal Sariayu Di DKI Jakarta. *E-Jurnal Manajemen Trisakti School of Management (TSM)*, 2(2), 221. <https://doi.org/10.34208/ejmtsm.v2i2.1508>
- Novianti, & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66.
- Nur Hafizah Kusuma Astuti, Angga, A. D., Annisawati, A., & Asaretkha. (2024). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Produk X di PT. XYZ Studi Kasus pada Sosial Media Instagram @Xid di Kota Bandung.

Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif, 10(1), 32.
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v10i1.7835>

Nur Muhammad Teguh, E. C. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Sosial Media Marketing pada Konsumen Muslim Es Teh Indonesia Dengan Referensi Grup Sebagai Variabel Pemoderasi. *Journal MISSY(Management and Business Strategy)*, 5(2), 52. <https://doi.org/https://doi.org/10.24929/missy.v5i2.3660>

Nurhidayanti., S. S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pembiayaan Terhadap Loyalitas Kreditur. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 95. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.456>

Oktavia Mulyani, N. H. (2023). The Influence of Digital Marketing and Brand Awareness on Increasing Brand Image and its Impact on Purchasing Decisions. *Mimbar Agribisnis*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33394/j-ps.v11i1.6594>

Philip kotler, G. A. (2020). Principles of Marketing. In *Principles of Marketing* (Eighteenth, p. 204).

Pramana, F. A., Fadhilah, M., & Bernadetta Diansepti Maharani. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Terhadap Lloyalitas Merek Dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervrening. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 13(05), 1805. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jmk.v13i05.38106>

Pratama, R. (2020). Pengantar Manajemen. In *Pengantar Manajemen* (p. 13). Deepublish Publisher.

Puthussery, A. (2020). Digital Marketing An Overview. In *Digital Marketing* (p. 2). Notion Press.

Putra, P. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (Arifuddin, p. 1). Eureka Media Aksara.

- Putri, D. C., & Adriyanto, A. T. (2024). Pengaruh e-service quality dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli (Studi pada pengguna Shopee di Kota Semarang). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(3), 252. <https://doi.org/10.26623/jreb.v16i3.7084>
- Rachmad, Y. A., Putra, wira pramana, Wonua, A. R., Susiang, M. I. N., Koten, A. S. T. A. G., Masbullah, Padilah, H., FadliKushariyadi, A. A. Y., & Triyatun, N. (2024). Buku Ajar Pengantar Manajemen. In S. & Efitra (Ed.), *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (Ida Kumala, p. 2). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahayu, U., & Kurniaty, H. (2024). Pengaruh Pengalaman Konsumen dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada Galaxy Cafe Resto Meeting Room Buntok Tahun 2023. *Anterior Jurnal*, 23(1), 103. <https://doi.org/10.33084/anterior.v23i1.6640>
- Rizal, S., Yusuf, M., Attahmid, A. N. A. U., & Khaliq, A. (2024). Pengantar Manajemen. In E. Damayanti (Ed.), *Pengantar Manajemen* (p. 1). Widina Media Utama.
- Ruri, F. (2024). Pengaruh harga, brand image, dan flavours terhadap keputusan pembelian es teh Indonesia. *Journal Business and Management*, 2(1), 239. https://doi.org/https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management/article/view/2287
- Salsabila Puti Aliffa, S. W. (2025). Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 174. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/article/view/340/361>
- Sari, D. N. P., & Astutiningsih, S. E. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Aliyah Scraf Tulungagung melalui Budaya. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 367. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i2.1911>

- Satriadi, Agusven, T., Lastriani, E., Hadmandho, T. C., Ramli, R. A. L. P., Sanny, A., Prayoga, & Diansanto. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (p. 1). CV. Rey Media Grafika.
- Satyamulya, R. R., & Mashadi, M. (2022). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Gawai Di Bogor. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 129. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i2.1453>
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Siswanto, H. B. (2021). Pengantar Manajemen. In *Pengantar Manajemen* (p. 21).
- Siti Juliana Putri, Iswati Iswati, & Anis Fitriyasari. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suvo Body Lotion Di Kota Surabaya. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(3), 173. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i3.3220>
- Sitti Hasbiah, & Ilma Wulansari Hasdiansa. (2025). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Lokal di Kota Makassar. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 22. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i1.2244>
- Sofian, Y., & Amron. (2024). No Title. *JIMEA|JurnalIlmiahMEA(Manajemen,Ekonomi,DanAkuntansi)*, 8(1), 571. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3676>
- Sugiyono. (2021a). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed., p. 2). CV Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono. (2021b). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sutopo (Ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed., p. 57).
- Sugiyono. (2021c). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sutopo (Ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed., p. 16). CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (p. 137).
- Syah, A. (2021). Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan. In *Manajemen Kepuasan Pelanggan* (Agung Tri, p. 1). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Syahirah, N. N., & Kusumawati, R. (2024). The Influence of Digital Marketing on Repurchase Intention with Consumer Satisfaction as an Intervening Variable in Oh My Skin Products. *Universal Business and Management Review*, 1(1), 1.
- Tarigan, Astuti, Feriani, Robin, Robin, Angeline, & Shella. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Aqua di Desa Cinta Rakyat. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 326. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4031>
- Tisna Romadoni, Hartanto Halim, & Eman Sulaiman. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada TWN Second Store Tasikmalaya. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(4), 328. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i4.4251>
- Usman, H. (2020). Manajemen Teori,Praktik dan Riset Pendidikan. In Suryani (Ed.), *Manajemen Teori,Praktik dan Riset Pendidikan* (4th ed., p. 5).
- Wardhana, A. (2024). Brand Management In The Digital Era. In M. Pradana (Ed.), *Brand Management In The Digital Era* (p. 165). Eureka Media Aksara.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital Marketing. In : Nadya

Artha Fransiska (Ed.), *Digital Marketing* (p. 11). PT. Literindo Berkah Karya.

Wiraatmadja, J., & Kristiawan, A. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Teh Botol Sosro Di Jawa Barat). *MBIA*, 21(2), 213–223.
<https://doi.org/10.33557/mbia.v21i2.1857>

Zagita Andini, A. S. (2024).
<https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/25900>. Zagita Andini, Aldina Shiratina, 8(1), 45.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30598/manis.8.1.45-53>