

DAFTAR PUSTAKA

- Akim, H. (2023). Pengaruh Legalitas Usaha, Packaging produk dan Labelisasi Halal MUI terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kecamatan Cilacap Selatan Kabupaten Cilacap. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 118. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.209>
- Amalia Probosini, D., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445–458.
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–144. <https://doi.org/10.30813/jpk.v2i2.1366>
- BPS. (2022). *Produksi Buah-Buahan menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman di KabupatenPesawaran*. Pesawarankab.Bps.Go.Id.<https://pesawarankab.bps.go.id/indicator/55/224/1/produksi-buah-buahan-menurut-kecamatan-dan-jenis-tanaman-di-kabupaten-pesawaran.html>
- Darin Rania. (2021). *Kepuasan Pelanggan : Pengertian dan Jenisnya Untuk Bisnis*. Jubelio.<https://jubelio.com/kepuasan-pelanggan-pengertian-dan-jenisnya-untuk-bisnis/>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). Manajemen Pemasaran. *Deepublish*, 9, 223. http://www.stiepignatelli.ac.id/foto_berita/files/9. Buku pemasaran.pdf
- hestanto. (2020). *Citra Merek (brand image) Menurut Para Ahli*. Hestanto. <https://www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/>
- Kenya Swawikanti. (2023). *Mengenal Manajemen: Pengertian, Tujuan, Unsur, danFungsinya*.Brainacademy. <https://www.brainacademy.id/blog/pengertian-manajemen-unsur-dan-fungsinya>
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 381–390.
- Norvadewi, N., Sampe, F., Ardianto, R. (2023). *The Impact Of Brand Image And Price Online Product Purchase Decisions At Shopee*. *Asian Journal* 03(01), 336–351. <http://www.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/130>
- Novia Lis, D. (2023). *The Influence Of Brand Image And Promotion On Purchase Decisions At Grab Food In Surabaya* Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Grab Food di Surabaya. *Management*

Studies and Entrepreneurship Journal, 4(3), 3025–3030.
<http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>

- Nurhadi, M., Suryani, T., & Fauzi, A. A. (2023). The Power of Website and Social Media for Strengthening Brand Image, E-WoM, and Purchase Decision. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 25(3), 273. <https://doi.org/10.14414/jebav.v25i3.3093>
- Permatasari, R. P. (2023). *Pengaruh Brand Image , Presepsi Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan Di Wilayah Solo*. 2(1).
- Prof. Dr. sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen* (M. P. Setiyawami, S.H. (ed.); 2nd ed.). alpa beta.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1–11. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- rizka mifta. (2020). *17 Pengertian manajemen pemasaran menurut para ahli, jelas dan lengkap*. Brilio.Net. <https://www.brilio.net/serius/17-pengertian-manajemen-pemasaran-menurut-para-ahli-jelas-dan-lengkap-200420t.html>
- 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>
- Waruwu, O., Ambarita, R., & Hasibuan, N. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sehat Bakery Sibuluan Indah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 107–118. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i2.456>
- Yusditira, W., Damaik, H. M., Purba, M. L., & Samosir, H. E. . (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu LokalMerek Compass. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(2), 27–35.