

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 25-31.
- Anggi, Tia Aprilia. (2023) Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen” *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*. ISSN 2830-7801. Volume 2, Issue 1, 2023, pp. 1-7
- Annisa, P. N., & Sudrajat, A. (2022). Analisis Pengaruh Process dan Physical Evidence Terhadap Minat Beli Konsumen dengan Cita Rasa sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 351-372.
- Bambang., & Fatma, M. (2021). Pengaruh Proses (process) dan Fisik (*physical evidence*) terhadap Minat Beli Konsumen pada sultan market simpang balek kecamatan wih pesam bener meriah. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(11), 103-118.
- Carolina, R. (2024). *The Influence of Marketing Mix and Brand Image on Repurchase Intention and Consumer Satisfaction: Study at Kampung Pempek 26 Ilir Palembang*. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 8(1), 71-86.
- Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2022). Hubungan kualitas pelayanan, physical evidence dan keputusan berkunjung: efek mediasi minat. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(3), 253-266.
- Fatmalawati, D. S., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).
- Fauziah, N., & Mubarak, D. A. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan. *Image: Jurnal Riset*

Manajemen, 8(1), 37-44.

- Jessica, J., Syawaluddin, S., Okta, M. A., & Goh, T. S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk PT. Daikin Air Conditioning Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(5), 2834-2848.
- Juwita, I. W. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Viral Marketing, dan Physical Evidence Terhadap Minat Beli Konsumen pada Café Om Kopi di Kota Malang (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2019).
- Lutfiah, R. I., Widayanti, S., & Winarno, S. T. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Minat Beli Konsumen di Okui Kopi 3.0 Surabaya. *JURNAL AGRI-TEK: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*, 22(1), 52-55.
- Najmushabah, A. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SAMPO ZINC (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIDYATAMA ANGKATAN 2015)* (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).
- Prawira, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(6), 71-76.
- Rosfitasari, F. (2024). *PENGARUH PHYSICAL EVIDENCE, RELATIONSHIP MARKETING, SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN KAFE MATA HATI KEDIRI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI)* (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Manai, S. D., Suryani, D., & Sabirin, A. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap

minat beli konsumen Wizzmie Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230-237.

Wibisono, K. (2014). Pengaruh Price, People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Brand Image. *Jurnal MIX*, 4(2), 249-259.

Wijaya, G. M., & Sungkono, S. (2024). PENGARUH BRANDING DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KOPI TOKTOK INDONESIA. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(8), 576-600.

Yulanta, R., & Utomo, B. (2024). Pengaruh Physical Evidence, Green Marketing, dan Islamic Advertising Ethics Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 86-120.0

