

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Hulu Sungai Utara. (2024). Kabupaten Hulu Sungai Utara dalam Angka. In *Badan Pusat Statistik Hulu Sungai Utara*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Hulu Sungai Utara. <https://hulusungaiutarakab.bps.go.id>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Harahap, A. N. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kopi Orang Dalam [Universitas Medan Area]. In *Skripsi*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/27421>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Leonardo, C., & Firdausy, C. M. (2025). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Janji Jiwa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(2), 501–513. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i2.34007>
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1–55.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wulandari, L., Hastasari, R., & Setiawan, W. (2026). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee. *Jurnal Manajemen Ekonomi Akuntansi*, 2(2), 505–513.
<https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i2.365>