

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Ariani, F., & Wenda Prinoya, R. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee di Sumatera Barat). *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 3(1). <https://jtebr.unisan.ac.id>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Ariyani, H., Widiawati, A., & Asbara, N. W. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia. *MANUVER: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3). <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver>
- Ariyanti, M., Asyrafi, F., & Prasetio, A. (2023). *How do Brands Respond to System Ease, Customer Voice, and Content in the Marketplace?* 11(2), 131–147. <https://doi.org/10.58262/tmj.v11i2.2008>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Shahrial Putra, D., Mulia Utama, A., Syahputra, & Bancin Budiman, J. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. www.freepik.com
- Basuni, M., Setiadi, R., Fitalisma, G., & Ikhwan, S. (2023). *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada E-Commerce Shoppe* (Vol. 16, Issue 2). <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis.page1>
- Creswell J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed)*. Sage Publication.

Daffa, M. A., Rinaldi, N., Millanyani, H., & Trianasari, N. (2023). The Effects Of Social Media Marketing Activities Through Brand Awareness And Brand Image On Brand Loyaltu And Emotional Attachment In Traveloka Lecture in the Master Management Study Program. In *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id262>

Dharmmesta, Basu Swastha, & Handoko. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE-YOGYAKARTA.

Dinata, & Nurtjahjani. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Piring Sunlight (Studi pada Warga Desa Songgokerto Kota Batu). *Jurnal Aplikasi Bisnis*.

Edi Murdiyanto, I Putu Sugih, Sanita Dhakirah, Brahma Wahyu Kurniawan, Rahmat Hidayat, Zaenul Muttaqien, Edy Suranta Karina Sembiring, Nuril Aulia Munawaroh, Acai Sudirman, Nadiah Abidin, Aprilia Dian Evasari, & Maya Ariyanti. (2022). *Teori Marketing (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*. www.penerbitwidina.com

Febriani, N. S., & W.A A Dewi. (2018). *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.

Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) Cetakan Pertama*. CV. Penerbit Qiara Media.

Gumanti. (2018). *Metode Penelitian Keuangan*. Mitra Wacana Media.

Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1).

Hayati, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada. In *S ova Kopi..SOSEK* (Vol. 3, Issue 2). <http://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/sosek>

- Hertinsyana, D. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador, Awareness dan Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Wilayah Jabodetabek* (Vol. 3, Issue 1).
- Imam Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2).
- Ismail Nurdin, & Hartati Sri. (2019). *Metodologi Penelitian sosial*. Media Sahabat Cendikia.
- Kotler P, & Armstrong G. (2016). *Marketing Management (15e ed) Person Education*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. Pearson Education.
- Mandailina, V., & Pramita, D. (2022). Uji Hipotesis Menggunakan Software JASP Sebagai Upaya Peningkatan Kemampuan Teknik Analisa Data Pada Riset Mahasiswa. *Journal of Character Education Society*, 5(2), 512–519. <https://doi.org/10.31764/jces.v5i2.6109>
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *JOSR: Journal of Social Research*, 1(7).
- Novalisa, A., & Jumhur, H. M. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Produk Whitelab Melalui E-commerce Shopee* (Vol. 10, Issue 5).
- Nurjanah, P., & El Ikhsan, N. (2022). Pengaruh Fanatisme dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise KPOP (Studi Kasus Pada

Penggemar Grup KPOP SVT di DKI Jakarta). In 449 | *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 2, Issue 3). <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>

Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'Bezt Friedchicken Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2).

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, & Alexander Chernev. (2022). *Marketing Management, 16th edition* (16th ed.). Pearson Education.

Prasetya, I. K., Sari, N. P., & Wati, Y. M. (2018). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123-135.

Pratiwi, N. K. A., & Ekawati, N. W. (2020). Brand Image Memediasi Hubungan E-Commerce Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 2268. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i06.p11>

Priantana, A. P., & Istiyanto, S. B. (2019). Strategi Manajemen Brand Ambassador Artis pada Industri Kuliner di Purwokerto. *Warta ISKI*, 2(02), 133–139. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i02.38>

Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1). <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>

Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan).

Rahmadhanty, A., & Jumhur, H. M. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Album Musik Korean Pop (Studi Pada Penggemar Musik Korean Pop).

- Rizki, A., Hasan, M., & Hidayat, A. (2019). *Brand image dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian: Studi pada pengguna e-commerce di Surabaya*. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 12(1), 45-58.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. Wiley.
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. In *Jurnal Infortech* (Vol. 4, Issue 2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Sugiyono. (2022). *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Edisi Kedua)*.
- Suhartini, S., Putri, D. E., & Candra, V. (2020). Minat Beli Pelanggan Ditinjau Dari Aspek Harga Pada UD. Tunas Baru Kecamatan Bandar Hulu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 446–452. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.224>
- Trianasari, N., Fitriani, N., & Rachmawati, I. (2023). The Influence of Social Media Marketing and Influencer Endorsement Through Brand Image and Trust, and Their Impact on the Purchase Intention of the MS Glow Brand Through the Tiktok Application. *International Journal of Professional Business Review*, 8(10), e03793. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i10.3793>
- Usman O, & Aryani Y. (2019). *The Effect of Brand Ambassador Brand Image Product Quality and Price on Purchase Intention*.
- Wijaya, I. G. B., & Dewi, N. N. D. R. (2022). Pengaruh iklan dan brand image terhadap minat beli mie Lemonilo di Kota Mataram. *SOROT*, 17(1), 59. <https://doi.org/10.31258/sorot.17.1.59-68>.

Yanti, Mery Oky Zufi, dan Hendri Sukotjo. 2015. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5, (5).