

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Brand Imageterhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Brand Trust.
- Ahmad, A., Alvi Furwanti Alwie, & Sri Endang Kornita. (2022, 06 30). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Country Of Origin Terhadap Preferensi Merek Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Smartphone Samsung Di Kota Pekanbaru. <https://Www.Ejournal.Pelitaindonesia.Ac.Id/Ojs32/Index.Php/Procuratio/Article/View/1661>
- Alfarez, M. A. R. (2024). *Pengaruh Viral Marketing, Brand Awareness, Dan Distribution Intensity Terhadap Purchase Decision Melalui Brand Preference Pada Konsumen Minuman Kekinian.*
- Amperawatia, E. D., Rahmawatib, Haerofiatnac, & Teddy Rusmawan. (2024). *Investigating The Role Of Viral Marketing, And Brand Awareness On Purchase Decisions: An Empirical Study In Indonesian Online Shops.*
- Andreani, F., Saleh, R., & Pratiwi, R. (2021). The Influence of Influencer Marketing on Purchase Intention: The Role of Brand Awareness and Brand Image. *Jurnal Manajemen Petra*, 6(1), 27–36. <https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/23182>
- Andriyanti, R. (2019). Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri.

https://www.academia.edu/91002932/Preferensi_konsumen_generasi_z_terhadap_konsumsi_produk_dalam_negeri?

Arianty, N., & Ari Andira. (2021, Maret). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/maneggio/article/download/6766/5413>

Aruem Rahmawati, Rahayu, & M. Syamsul Hidayat. (2024). Pengaruh Content Marketing Tiktok Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Dengan Celebrity Endorsersebagai Variabel Moderasi.

Basuni, M., Setiadi, R., Fitralisma, G., & Ikhwan, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada E-Commerce Shopee. 16. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/bisnis/article/view/873>

Budiono, A. (2021, Juli). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Di Masa Pandemi Covid-19. https://pdfs.semanticscholar.org/5912/27a6cb0d11488dfadf564ac66b4288d0fb1e.pdf?_gl=1*10ui0n1*_gcl_au*Nzc3nzgwmmdmxlje3mzk3nzi4nzk.*_ga*Mte4nteyotkwos4xnzm5nzcycodgw*_ga_h7p4zt52h5*Mtczotc3mjg3os4xljaumtczotc3mjk3oc41oc4wlja.

- Damayanti, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Dan Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Tangcity Mall Kota Tangerang.
- Dayanti, D. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific.*
- Desmaryania, S., Novira Kusrinib, Weni Lestari, Dwi Septiyarini, Asti Harkeni, Rusli Burhansyah, Juliana C Kilmanun, Dina Omayani Dewi, Gontom Citoro Kifli, Enny Andriani, Dedi Sugandi, Thomas Agoes Soetiarso, Dian Histifarina, & Edy Siswanto. (2023). Investigating The Role Of Brand Image And Halal Labels On Purchase Decisions: An Empirical Study Of Rice Processing Fir.
- Dr. M. Anang Firmansyah, Se., Mm. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy).* Cv. Penerbit Qiara Media.
<https://umkmdkerens.depok.go.id/cms/api/master/application/pdf/63zdj1r70k56xvug1712044573.pdf>
- Dr. M. Anang Firmansyah, Se., Mm. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy.* Qiara Media.
- Evelyn Griselda Hoisen. (2024). *Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Persepsi Kualitas Produk, Nilai Produk Dan Preferensi Merek Pada Produk Susu Ultra Di Surabaya.*
<https://journal.staiyiqbaubau.ac.id/index.php/maslahah/article/view/621/629>

- Faisal, A., & Ekawanto, I. (2021). The role of Social Media Marketing in increasing Brand Awareness, Brand Image and Purchase Intention. *Indonesian Management and Accounting Research*, 20(2)
- Genady, M. A., & Cynthia Michellita. (2021, Junimarcella Amanda Genady A,1* , Cynthia Michellita). Persepsi Generasi Z Terhadap Pengaruh Media Sosial Dalam Intensi Pembelian Makanan Vegetarian Ala Korea Pada Bisnis Rice Bowl In.Yo. <https://journal2.uad.ac.id/index.php/Jfc/article/download/4128/pdf/15116>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial Least Square: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0 untuk penelitian empiris (1st ed.). Yoga Pratama.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage Learning.
- Hair, J. F., Marko Sarstedt, Risher, J. J., & Christian M. Ringle. (2019). When To Use And How To Report The Results Of Pls-Sem. 31.
- Halim, A., A, S., & A, P. (2020). *Brand Management Esensi, Posisi, & Strategi*. Yayasan Kita Menulis.

Halim, B. C., Diah Dharmayanti, S.E., M.Si., & Ritzky Karina M.R. Brahmana, S.E., M.A. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference Dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota.

Hanifah, N., & Susanti, A. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Preference Dan Product Quality Terhadap Buying Decision Product Skincare Avoskin*.
https://www.researchgate.net/publication/373610423_pengaruh_digital_marketing_brand_preference_dan_product_quality_terhadap_buying_decision_product_skincare_avoskin

Hasanuddin, A. K., & Pradana, M. (2023, Journal Of Management & Business).
How Brand Image Influence Customer Loyalty: Reanalyzing The Significance Of A Popular Electronic Brand. 6(1).

Hasman, A. H., Nuraeni Gani, & St Hafsa Umar. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Brand Preference (Studi Pada Nasabah Pelaku Umkm Bank Muamalat Kcp Gowa).
<https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/ibef/article/view/55669>

Heikkonen, A. (2024). The effectiveness of viral marketing in enhancing brand value on TikTok: A qualitative study of Finnish B2C companies. Journal of Marketing and Digital Media, 10(1), 45-62.
<https://doi.org/10.1111/jmdm.v10i1.2024>

- Hoo, W. C., Chong Shin Hau, Visal Moosa, Arasu Raman, & Muhammad. (2024). *Relationship Of Consumer Behaviour In Social Media Influences Between Perceived Quality And Brand Awareness Respectively Towards Brand Image*.
- Hutagaol, C. D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan.
- Iba, D. Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Cv.Eureka Media Aksara.
https://www.researchgate.net/publication/376687580_metode_penelitian#Pfb9
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Irawan, R. (2024). *Pengaruh Promosi Instagram Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Media Sosial Instagram - Dalam Bentuk Buku Karya Ilmiah*.
- Ismail, Taufiq Iqbal, & Anisah. (2024, November). Dampak Persepsi Konsumen Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris Di Sektor Kuliner.
<https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jmt/article/download/1107/828/>
- Junita, Ade Parlaungan Nasution, & Elida Florentina Sinaga Simanjorang. (2020). *Elida Florentina Sinaga Simanjorang*.

[https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/viewfile/1431/1](https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/viewfile/1431/1494)

494

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Pearson.

Khalid, B. (2024, 10). *Revolutionizing Marketing Strategies: Analyzing Guerrilla Marketing, Brand Image, And Brand Awareness Impact On Gen Y Purchasing Decisions*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed.).

Kotler, P., Keller, K. L. K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management, 16/E. Global Edition*. Pearson Education.

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/196533/marketing-management-16-e-global-edition.html>

Kotler, P., Kevin Keller, Maired Brady, Malcolm Goodman, & Torben Hansen. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education
Philip Kotler, Kevin Keller, Maired Brady, Malcolm Goodman, Torben Hansen.

Meilani, W., & Rosa, A. (2024). *Pengaruh Brand Image Dan brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery Cabang Plaju*.

- Meitiana, M., Setiawan, M., Rohman, F., & Irawanto, D. W. (2019). Factors affecting souvenir purchase behavior: valuable insight for tourism marketers and industry. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(3), 1–16
- Melany, & Sudarmiatin. (2023). The Role of Souvenir in Tourism Indonesia: a Thematic Review. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi dan Keuangan*, 2(1), 113–128. <https://doi.org/10.55927/jambak.v2i1.4056>
- Muhammad Afriza Rifki Alfarez. (2024). The Effect Of Brand Awareness And Brand Image On Purchase Decision With Brand Preference As An Intervening Variable.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen pemasaran: Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. Penerbit Andi.
- Muttaqin, M. F. (2020). *Pengaruh Brand Image, Preferensi Merek, Dan Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Tipe Pcx Di Surakarta*.
- Nel Arianty, & Ari Andira. (2021, Maret). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/maneggio/article/view/6766/5413>
- Nur Baladina, Hery Toiba, Nuhfil Hanani, Suhartini Suhartini, & Agus Widarjono. (2024). *Do income levels affect the food consumption pattern of households? Evidence from Indonesia*. *Asian Economic and*

Financial Review, 14(9), 695–711.

<https://doi.org/10.55493/5002.v14i9.5158>

Novrianda, D., Choril Maksum, & Moch Jasin. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Brand Extension, Dan Perceived Quality terhadap Customer Satisfaction (Pemasang Iklan) Melalui Brand Preferencesindo Media (Mnc Group).

Nurzaini, Y., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian.

Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2021). *Marketing Management* (14th Ed.). Prentice Hall.

Pradana, M., & Wisnu, A. (2021, Januari 15). The Impacts Of Threat Emotions And Price On Indonesians' Smartphone Purchasing Decisions. <https://doi.org/10.13106/Jafeb.2021.Vol8.No2.1017>

Pratama, Y. A. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Preference Melalui Brand Awareness ShopeeFood (Studi Pada Masyarakat Kota Purwokerto)*.

Purwanza, S. W., Dr. (Cand) Aditya Wardhana, Ainul Mufidah, Yuniarti Reny Renggo, Adrianus Kabubu Hudang, Dr. Jan Setiawan, Darwin, Atik Badi'ah, Siskha Putri Sayekti, Maya Fadlilah, Dr. Rambu Luba Kata Respati Nugrohowardhani, Dr. Amruddin, Dr. Gazi Saloom, Tati Hardiyani, Santalia Banne Tondok, Retno Dewi Prisusanti, & Dr. Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan*

Kombinasi. Cv. Media Sains Indonesia.

https://www.researchgate.net/publication/363094958_metodologi_penelitian_kuantitatif_kualitatif_dan_kombinasi

Putra, M. S., & Aminah, S. (N.D.). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone.

Putri, B. A., & Madiawati, P. N. (2023). *Peran influencer media sosial dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian.* Jurnal Fokus Manajemen Bisnis, 13(1), 28–37.
<https://doi.org/10.12928/fokus.v13i1.7398>

Putri, F., Pujianto, A., & Mulyati, D. J. (2024). Analisis Pengaruh Preferensi Merek, Persepsi Kualitas, Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Untuk Penjualan Jiwa Toast Citraland Surabaya Melalui media E-Commerce).

Rahma, A. N., Firdaus, V., & Sari, D. K. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Skincare scarlett Whitening di Sidoarjo.

Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Preferensi Merek Dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Eiger Di Sidoarjo.

Ramadhani, D. R., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Harga Dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk The Originote.

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen*. Cv Budi Utama.
- Rohim, A., & Asnawi, N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Moderasi Oleh Brand Image (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang).
- Sa'diyah, S. S., Tri Wrahatnolo, & Joko Joko, & Yulia Fransisca. (2024). Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Resilience Siswa Smk Teknik Ketenagalistrikan Menggunakan Pls-Sem. Retrieved 2024, From <https://doi.org/10.61132/Jupiter.V2i4.443>
- Sedana, I. M. R. A., & Luh Putu Mahyuni. (2024). *The Influence Of Celebrity Endorsers, Brand Image, And Brandawareness On Purchase Decisions With Purchase Interest As A Product Mediator Of Msglow For Men*.
- Septiani, F., & Rozikan. (2024). The Effect Of Brand Image And Islamic Branding Towards Purchasing Decision: The Role Of Brand Awareness As A Mediation Variable.
- Shadrina, A. N., Muhammad Anwar Fathoni, & Tati Handayani. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab.
- Shafira, Destriana, Aditya Wardhana, dan Mahir Pradana. 2023. "The Influence of Product Quality and Brand Image on Purchase Interest of Bottled

Drink.” *European Chemical Bulletin* 12, Special Issue 3: 58–64.

<https://doi.org/10.31838/ecb/2023.12.s3.008>.

Sipahutar, I. D. H., & Mariana Simanjuntak. (2025). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pemasaran Manisan Dan Snack Lokal Pada Event Lebaran Dan Tahun Baru: Studi Kasus Di Pasar Petisah, Kota Medan. 9.

File:///Users/Macbookairel/Downloads/Analisis_preferensi_konsumen_terhadap_pemasaran_ma.Pdf

Suardana, I. A. R. A., Luh Putu Mahyuni, Ni Putu Nina Eka Lestari, & Ida Bagus Raka Suardana. (2024, April). Impact Of Brand Image, Brand Awareness, And Social Media Marketing On Purchase Decisions: Mediating Roles Of Purchase Interest, Service Quality, And Experiential Marketing. https://www.researchgate.net/publication/380981355_impact_of_brand_image_brand_awareness_and_social_media_marketing_on_purchase_decisions_mediating_roles_of_purchase_interest_service_quality_and_experiential_marketing

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Cv. Pustaka Abadi. <https://repository.utssurabaya.ac.id/68/1/Manajemen%20pemasaran%20%28gabung%20cover%29.pdf>

Sudirman, A., Endang Dwi Amperawati, Delila Fitri Harahab, Sulhaini, Wardhana, A., Abdurrahman, Baiq Handayani Rinuastuti, Rizki

Pratama Johanis Paransa, Muhammad Shaleh Z, Gusti Ngurah Joko Adinegara, Yeldy Dwi Genadi, & Muhamad Sayuti. (2024). *Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan*. Cv. Media Sains Indonesia.

https://www.researchgate.net/publication/379078035_teor_perilaku_konsumen

Sudrajat, E. (2023). *Branding Di Era 5.0: Ide-Ide Untuk Meningkatkan Kesadaran Merek Dengan Cara Sederhana, Murah, Dan Tepat Sasaran*. Anak Hebat Indonesia.

Sugiyono. (2024). *Metode penelitian eksperimen: Pendekatan kuantitatif, kombinasi, dan R&D* (R. Fadliah, Ed.; Edisi pertama). Alfabeta.

Supangkat, A. S. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar Di Kota Surabaya*.

Suryani, N. L. P., & I Wayan Sudiarta. (2022). *Pengaruh Brand Preference Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Erafone Cabang Singaraja*.

Susanto, & Sari, A. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa Dalam Meningkatkan Brand Awareness*.
<https://core.ac.uk/download/328027606.pdf>

Syafitr, Ernawati, S., & Haryati, N. (2024). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Mixue Kota Bima*.

Trianasari, N., Nadya Fitriani, & Indira Rachmawati. (2023, October). 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. 8.

Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Pt Gramedia Pustaka Utama.

Usman, O., & Qonita, S. (2020, Januari). The Effect Of Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Awareness, And Social Media To Purchase Intentions.

Utama, J. W., & Farizi, H. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sehat Kenzo. https://www.researchgate.net/publication/379269047_pengaruh_brand_awareness_dan_brand_image_terhadap_keputusan_pembelian_roti_sehat_kenzo

Utami, B., & Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Kopi Nako.

Vania Indah Wigati, & Tumpal J.R. Sitinjak. (2024). Pengaruh Efektivitas Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening.

Wahdania, A., Sampurno, & Sri Widyastuti. (2024). *The Influence Of Brand Identity, Brand Image And Product Quality On Repurchasing Bodrex Flu And Batu`K Through Brand Preference (Case Study At 5 Pharmacies In Kendari City)*.

Wardhana, A. (2024). *Brand Management In The Digital Era*. Eureka Media Aksara.

https://www.researchgate.net/publication/383870064_brand_preference

Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metodologi Penelitian Penentuan Metode Dengan Pendekatan Partial Least Square - Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. Pt Refika Aditama.