

DAFTAR RUJUKAN

- Agustini, A., Bakti, R., & Olinfia, A. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, Iklan dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE GICI Depok). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3937–3951.
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Online Advertising* dan *Word of Mouth* terhadap Minat Beli Konsumen pada *E-Commerce* Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31.
- Arya, G. R. W., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Efek keragaman produk dan harga produk terhadap impulse buying. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 11–19.
- Assael, H. (1992). *Consumer behavior and marketing action*.
- Aulia, A., & Abednego, F. (2023). Pengaruh *Word of Mouth* dan *Social Media Activities* Terhadap Minat Beli Konsumen Menantea Jawa Barat. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 18–27.
- Aulia, H., & Aquinia, A. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Awareness*, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Niat Beli. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 136–142.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding-Rajawali Pers*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Dewi, M. S. P., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Make Up Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(1), 92–99.
- Ermansyah, R., & Muhajirin, M. (2022). Peran *Brand Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Radja: Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Radja. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 2(2), 150–158.

- Fatimah, R. (2023). Pengaruh *Content Marketing* Instagram dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli di PS. Store Medan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(1), 296.
- Febryanti, H., & Hasan, F. (2022). Pengaruh *Word of Mouth* dan Promosi *Online* Terhadap Minat Beli Masyarakat pada Usaha Makanan *Online* Nasi Madura Pantry's Kota Pasuruan. *AGRISCIENCE*, 3(1), 164–178.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi*. Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Application of Multivariate Analysis with SPSS Program*. Semarang: Diponegoro University Publishing Agency, 69.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (Edisi 7)*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 160.
- Ghozali, I. (2016). *Multivariate analysis application with IBM SPSS 25 program*. Semarang: Diponegoro University Publishing Agency, 4, 352.
- Ghozali, I. (2018). *Application of multivariate analysis with IBM SPSS 25 Program*. Semarang: Diponegoro University Publishing Agency.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Megasari, K. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) oleh Beauty Vlogger dan Citra Merek terhadap minat Beli Lipstik Maybelline di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
- Melinda, V., Artina, N., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Ambassador*, dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Skincare* Nature Republic Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 111–121.
- Oktapiani, K., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Peran *Brand Image* Memediasi *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 72–79.
- Prasetyo, F. I., Budiyanto, M. A., & Reformasi, E. (2022). Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Loyalty* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk

Online di Marketplace Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). JUEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 1(3), 58–67.

PT. Aneka Tambang Tbk. (2024). Harga Logam Mulia 2010-2024. <https://www.logammulia.com/harga-logam-mulia>.

PT Pegadaian. (2024). Profil Perusahaan. <https://www.pegadaian.co.id/profil-perusahaan>.

Qualtrics. (2024). "Brand Awareness: The Ultimate Guide". <https://www.qualtrics.com/experience-management/brand/what-is-brand-awareness/>.

Rahmawan, G., & Suwitho, S. (2020). *The Influence Of Brand Image, Brand Awareness, Perceived Quality On School Shoes Purchase Intention. International Conference of Business and Social Sciences, 1(1 SE-International Conference of Business and Social Sciencegos)*. <https://ojsicobuss.stiesia.ac.id/index.php/icobuss1st/article/view/48>

Rauza, Babar, S., & Khan, S. (2024). *Impact of Sustainable Fashion Apparel Attributes and Word of Mouth on Purchase Intention. Bulletin of Business and Economics (BBE), 13*. <https://doi.org/10.61506/01.00291>

Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). *Evaluating The Fit Of Structural Equation Models: Tests Of Significance And Descriptive Goodness-Of-Fit Measures. Methods of Psychological Research Online, 8(2), 23–74*.

Sernovitz, A. (2009). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking. (No Title)*.

Strong, E. K. (1925). *The Psychology of Selling and Advertising*. McGraw-Hill book Company, Incorporated.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. CAPS.

Surachman, S. A. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.

Suyono, A. G., & Sri Sukmawati, P. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.

Taufik, Y., dkk. (2022). Peran *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* Produk Es Teh Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5234–5240.

Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan Dan Switching Barrier Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi Di Bali. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 59–67.

Waleng, M., dkk. (2021). Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Konsumen Minuman Chatime di Kota Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(2), 76-87.

