

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. New York: Free Press.
- Afwan, M. T & Santosa, S. B. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Diponegoro. *Journal of Management*, 8(1), 1-10.
- Dinata, R. J & Aswitari, L. P.. (2018). Analisis Determinan Pendapatan Pengusaha Dodol Di Desa Penglatan Buleleng Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*.
- Fakhri, H. O., Ramadhani, S., Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah PT. BPRS Puduarta Insani Tembung). *ECo-Fin*, 5(3), 237–246.
- Fitriani, M., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Dampak brand image, brand awareness dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mixue di summarecon bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2531–2544.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi SPSS Cetakan IV*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, K. (2014). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Groups.
- Huda, N. (2021). Pekerjaan Di Sektor Informal : Industri Rumah Tangga Pembuatan Dodol Di Desa Penglatan, Buleleng, Bali Dan Potensinya Sebagai Sumber Belajar Ips Di Smp Berdasarkan Kajian Teks Kurikulum 2013. Widya Winayata : *Jurnal Pendidikan Sejarah*, 8(3), 38–44.
- Ibnutama, R., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya. *REVITALISASI : Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 19-24.
- Katrin, I. L & Setyorini, H.p Diyah, M. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3, 246–254.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Alih Bahasa Bob Sabran. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. T., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4th Edition)*. England: Pearson Education, Inc.

- Keller, K.L. & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity* New York Pearson.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022) Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 11(4), 807-813.
- Lukitaningsih, A., Hutami, L. T. H., & Jehadut, G. Y. K. J. (2024) Pengaruh Brand Awareness dan Influencer Promotion terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (MEA)*. 8(2), 2106-2123.
- Pradnyanti, K. C. I. (2024). Pengaruh Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dodol Penglatan Tibet Di Kecamatan Buleleng. (Universitas Pendidikan Ganesha).
- Prastowo, S. L., & Rahmadi. (2022). Apakah brand awareness mampu memoderasi promosi, kualitas produk dan inovasi terhadap keputusan pembelian?. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*. 6(2), 153–168.
- Pratamasari, V. F. & Sulaeman, E. (2022) Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *FORUM EKONOMI*, 24(2), 422-432.
- Putra, I. G. P. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dodol Penglatan Di Kabupaten Buleleng (Universitas Pendidikan Ganesha).
- Rahayu, S., Nuryana, A., Arief, I., Khamaludin, Tannady, H. T., Susanto, P. C., Magdalena, & Tannady, H. (2022). Peran Minat Beli dalam Hubungan Antara Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Kesehatan. *Jurnal Kewarganegaraan*.
- Shintarani, E. D. (2018). Pengaruh Promosi Produk Seafoodking terhadap Brand Awareness Produk. Nyimak (*Journal of Communication*), 1(2), 209–220.
- Sidi, A. (2023). Peran Brand Awareness Dalam Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6 (2)., 480-493.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV ANDI.
- Ubaidillah, W., & Suyono, S. (2023). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Competence: Journal of Management Studies*, 17(1), 40-53.
- Utama, J. W. & Farizi, H. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sehat Kenzo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 63-75. ISSN: 2356-2439 (P), ISSN 2685-2446 (e).