

DAFTAR PUSTAKA

- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ajija, Shochrul R.; Sari, Dyah W.; Setianto, Rahmat H., dan Primanti, Martha R.,. 2011. *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Apriliani, D., Shalihah, N. B., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, *brand image*, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *member card*. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 20–30.
- Ardiansyah, M. A. A. M. A., Saputro, A. H. S. A. H., & Akbar, R. R. A. R. R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Brand Lokal Sepatu Patrobas Di Kota Bandung: Bahasa Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1477–1488.
- Apriani, V., & Arifin, A. L. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Samsung Pada Pegawai Dinas Lingkungan Hidup Dan Kebersihan Kota Depok. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1495–1504.
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 25–31.
- Albar, K., Noviyanti, H., Sari, D. P., & Zakhiroh, A. (2022). Pengaruh Iklan dan Brand Image MS. Glow Terhadap Minat Beli Konsumen. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 4(01), 1-12.
- Armawati, I., Saryadi, S., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh *brand awareness*, *brand image* dan *perceived quality* terhadap keputusan pemakaian jasa pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 323–331.
- Arifin, M. Z., Hafizi, M. R., & Safitri, D. A. (2024). Pengaruh Rebranding Terhadap Persepsi Konsumen. *Jurnal Akuntansi Inovatif*, 2(1), 29–35.
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran merek terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya terhadap loyalitas konsumen *hand body lotion*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201.
- Damanik, F. A. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Toko SRC di Kabupaten Sleman. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 3(3), 206–212.

- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (1994). *Fundamentals of marketing*.
- Eka Agnisia, P. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Keberagaman Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Produk Es Krim AICE (Studi Pada Konsumen Kalangan Mahasiswa di Kabupaten Jember). Universitas Jember.
- Fakhri, H. O., & Indra, A. P. (2022). *Analysis of Public Interest in Gold Installment Products at Bank Syariah Indonesia KCP Medan Tomang Elok. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 909–916.
- Ferdinand, Augusty T. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi II. Semarang: Bp Undip
- Ferdinand, Augusty. 2009. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : FE UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen npk mutiara di ud. barelang tani jaya batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53.
- Hadi, S., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. (2020). The influence of perception of value, brand awareness, and customer motivation on purchasing interest at Johor Summerville Residence Medan. *International Journal of Research and Review*, 7(5), 129–136.
- Hafizi. A. A. N., & Hapzi. A. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>. Diakses pada 8 Desember 2022.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (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), 105–126.
- Julianto, Y. A., & Harimurti, C. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Vans Di Summarecon Mall Kota Bekasi. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(3), 207–217.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Managemen.t Fourteenth*

Edition. New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler dan Amstrong.2008.Dasar-dasar Pemasaran, Jakarta:Perhallindo

Kurniawan, I., & Bidari, L. N. (2023). The influence of brand ambassador and brand image on skincare products on purchase interest. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1390–1403.

Khairunnisa, K., & Krisnawati, N. (2015). *The emergence of service quality and brand awareness toward strategic competitiveness and its impact on hotel performance*. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 1(1), 16.

Kotler, Philip.& Keller, Kevin.Lane. 2011.Manajemen Pemasaran. Edisi Kelimabelas. Jilid satu. Indeks. Jakarta.

Kotler dan Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.

Kotler, Philip. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Laksana, T. N., & Waluyo, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan BCG di PT. XYZ. *JUMINTEN*, 2(2), 96–107.

MIATI, N. L. P. M. (2020). *Analysis of Market Reactions Before And After the Announcement of the Covid 19 Virus Pandemic*. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 1(3), 12–15.

Monroe, K. B., Rikala, V.-M., & Somervuori, O. (2015). *Examining the application of behavioral price research in business-to-business markets*. *Industrial Marketing Management*, 47, 17–25.

Mutia, M., & Soliha, E. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cliq Plus Semarang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6073–6084.

Pakpahan, D. A. N., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sarung Khas Balige). *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3).

Purwaningrum, R. O., & Saputro, E. P. (2024). The Influence of Live Streaming, Brand Awareness, and Brand Image on Purchase Interest in Shopee E-Commerce among Students of Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(2), 2182–2195.

Putri, F. E., & Muslim, M. (2024). The Influence of Product Quality, Customer Experience, Price and Brand Image on Purchase Interest. *International*

- Journal of Economics, Management and Accounting (IJEMA)*, 2(1), 165–174.
- Perdana, R. E., Komariah, K., & Mulia, F. (2020). Analisis Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PD. Ikram Nusa Persada Kota Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(1), 58–69.
- Prabowo, H., Astuti, W., & Respati, H. (2020). *Effect of service quality and brand image on repurchase intention through word of mouth at budget hotels airy rooms. Open Journal of Business and Management*, 8(1), 194–207.
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). Pengaruh bauran promosi, kesadaran merek dan persepsi nilai terhadap minat beli di Bukalapak pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Wibowo, K. Q., & Utami, M. P. (2023). Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Minat Beli Remaja Di Tokopedia. *Jurnal Media Administrasi*, 8(1), 13–22.
- Sugiyono, 2009. Metodologi Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Singgih Santosa. 2001. Mengolah Data Statistik Secara Profesional. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS*.
- Sitohang, R., Saragih, H., & Rahman, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Medan. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 7(2), 206–217.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh *Brand Awareness*, *brand image*, dan *media communication* terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Tangka, G. C., & Dotulong, L. O. (2022). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsrat Angkatan 2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 383–392.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh promosi, kepercayaan dan

kesadaran merek terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji (mabrur) bank syariah mandiri kcp. sawangan kota Depok. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1).

Tjiptono, F., Arli, D., & Rosari, T. S. D. R. (2015). *Assessing brand origin recognition accuracy and its antecedents in a developing country. Journal of Promotion Management*, 21(6), 631–648.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan (Edisi 1). *Andi Offset*.

