

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2001). *Management Ekuitas Merek* (A. Ananda (ed.)). Mitra Utama.
- Abdurahman, & Ujianto. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6.
- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6.
- Ajzen, I. (1991). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2).
- Asnawi, N. & M. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. UIN Maliki Press.
- Atisa, D. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Scarlett Whitening*.
- Cece, I. Sen. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Manajemen Kinerja*, 1.
- Darma, M.B., Effendi, S., & Juari, A. . (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2.
- Durianto, D., & Liliana, S. (2014). *Strategi Menaklukkan Pasar ; Melalui Riset Ekuitas Dan Prilaku Merk*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fatahillah, S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3.
- Fathoni, R. (2018). *Mempertahankan Kopi Legenda Banyuatis*. Kompas. <https://jelajah.kompas.id/kopi-nusantara/baca/gede-pusaka-harsadena-mempertahankan-kopi-legenda-banyuatis/>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdyanto, Fure & Joyce Lopian, J. R. T. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *Jurnal EMBA*, 3.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunanjaya, C. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas dan Kemasan Terhadap Minat Beli Rovance. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4).
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4.
- Hanifa, F. H., & Ratnawati, P. (2019). Pengaruh Event Marketing Terhadap Minat Beli Mobil Daihatsu All New Terios (Studi Masyarakat di Kota Bandung Tahun 2019). *E-Proceeding of Applied Science*, 5.
- Husen, A. Sumowo, S. & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh lokasi, Brand Awareness dan Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian konsumen mie ayam solo bangsal jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4.
- Indah, K. & B. A. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Pt. Nusantara Sakti Di Kota Semarang)*.
- Irsyad, Faiz., Andi, B. & E. R. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Online di Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1.
- 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.
- Ishak, S. D. (2019). Cosmetics purchase behavior of educated millennial Muslim females. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5).
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Kotler, P. & A. G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Laras, G. M. D., & Firmansyah, E. (2018). Brand Awareness dan Keputusan Pembelian Konsumen: Kasus pada Produk Mie Instan. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 6.
- Murniasih, N. W., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA MINAT BELI ULANG PRODUK SKINCARE MS GLOW DI SINGARAJA. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).

- Naufal, R. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Bukalapak*.
- Octavia, Putri Dwi & Setyariningsih, E. dan R. (2019). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di E-Commerce Shopee*.
- Peter, J. Paul & Olson, J. C. (2000). *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Qiara Media.
- Pontoh, Y. G. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser (Pevita Pearce) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Garnier Bb Cream*.
- Prabowo, K. F., & Kinasih, D. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Minat Beli. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*.
- Pratama, T., & Suryadi, N. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Price Perception, dan Brand Image terhadap Repurchase Intention (Studi pada Pengguna Produk Olahan FMCG di Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*.
- Rahayu, R. M. (2017). Membangun Brand Awareness Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Journal of Management Studies*, 11.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Roslina, A. (2010). Definisi dan Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 2.
- Salangka, D. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone. *Jurnal EMBA*.
- Saleem, Hamad & Raja, N. S. (2014). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Brand Image: Evidence from Hotel Industry of Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2.
- Schiffman, L. G. dan L. L. K. (2007). *Perilaku Konsumen* (Z. Kasip (ed.); 7th ed.). PT. Indeks.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana.

- Setiawan, E. . (2021). *Pengaruh Brand Awareness terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Shahid, H., Hussain, S., & Zafar, M. (2017). Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 4.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (M. D. I. Sutopo S.pd (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Susanto, A. B. & H. W. (2004). Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. In *Mizan Pustak*. Mizan Pustak.
- Suwandi, S. (2012). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. UIN Maliki Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Tzaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 5(1).
- Utami, P. Ma'ruf, J. J., & Utami, S. (2017). Pengaruh Brand Origin, Brand Credibility, Self-Image Congruence terhadap Purchase Intention dengan Brand nowledge Sebagai Pemoderasi Pada Smartphone Samsung Android Di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, 8.
- Wiastuti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri. *Jurnal Pariwisata*.
- Yulianti, D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Brand Awareness terhadap Proses Pertimbangan Konsumen pada Produk Lokal di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Di Era Digitalisasi, Universitas Takaza*.