

DAFTAR PUSTAKA

- A'idia & Rosdiana. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Toko Sepatu Bata Di Kota Timika. *Jurnal Kritis*. 6(2).
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. Free Press.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. Free Press.
- Adriano, K. E., & Cahyaningratri, C. (2022). PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI (Studi Pada Konsumen Produk Sepatu Bata. *Diponegoro Journal of Management*, 11(4).
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Albion, F. R., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Merek Motor Yamaha Terhadap Minat Pembelian. *CARONG: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 107-118.
- Alifyanti, U., Nirawati, L., Andarini, S., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 546-550.
- Anggraeni, A.R., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*.
- Apriany, A., & Gendalasari, G.G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amdk Summit. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory Of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Brestiliani Dan Suhermin. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(2).
- Buchari Alma. (2014). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Cahyadi, T.E., Santoso, C.R. (2014). Analyzing The Impact of Brand Equity Towards Purchase Intention in Automotive Industry: A Case Study of Abc In Surabaya. *Ibuss Management*. 2(2), 29-39.
- Cahyani, K.I., & Sutrasmawati, R.E. (2016). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5.

- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues And Opinion On Structural Equation Modeling. *MIS Quarterly*, Vii-Xvi.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). *Lawrence Erlbaum Associates*.
- Davis, Scott M. (2000). *Brand Asset Management: Driving Profitable Growth*
- Desyantoro, I., & Widhiastuti, H. (2021). Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. XYZ Melalui Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Philanthropy Journal Of Psychology*, 5(1), 31-46.
- Dewantara, D. B., & Raharjo, S. T. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Pada Media Sosial Youtube Dan Asosiasi Merek Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Laptop Asus (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(5).
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: *Pt Gramedia Pustaka Utama*.
- Durianto, dkk. (2001). *Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama.
- Eriva, R., Suryani, D., & Sari, R. (2021). Koefisien Determinasi Dalam Analisis Regresi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 134-145.
- Fadhilah, A. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion. *Jurnal Mix*, 6(2), 188-205.
- Felix, B., & Alam, I. A. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen pada D'nora Jewelry. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 3(1), 125-135.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. *Universitas Diponegoro*.
- Firdaus, S., Oktarienza, T., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim Di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam. *Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 27–38.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (9 Ed.)*. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 4.0 Untuk Penelitian Empiris*. Yoga Pratama.
- Hair dkk. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. *SAGE Publications*.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). Rethinking some of the rethinking of partial least squares. *European journal of marketing*, 53(4), 566-584.
- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.

- Henseler dkk. (2015). A New Criterion For Assessing Discriminant Validity In Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 43, 115-135.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS Path Modeling In New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20.
- Hoque, M. A. (2024). The Effect Of Corporate Association And Brand Trust On Brand Loyalty: The Mediating Role Of Brand Attachment. *Journal Of Business*, 9(01), 14-24.
- Hosein, N. Z. (2012). Measuring The Purchase Intention Of Visitors To The Auto Show. *Journal Of Management And Marketing Research*, 1-17.
- Huang, R., & Sarigöllu, E. (2014). Assessment Of Brand Equity Measures. *International Journal Of Market Research*, 56(6), 783-806.
- Juliana, J., & Johan, J. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan memilih universitas dengan brand trust sebagai variabel intervening. *J. Bus. Bank*, 9(2), 229-246.
- Keller, K. L. (2001). Building Customer-Based Brand Equity. *Marketing Management*, 10(2), 14-19.
- Keller, K. L. (2003). Brand Synthesis: The Multidimensionality Of Brand Knowledge. *Journal Of Consumer Research*, 29(4), 595-600.
- Keller, K. L. (2014). *Marketing Management (14th Edition)*. Pearson Education.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity Fourth Edition*. Essex: *Pearson Education Limited*
- Khotimah, K., & Mufti, I. (2024). Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Yang Di Pengaruhi Oleh Citra Merek, Dan Kualitas Produk Di Kota Jayapura. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Kotler Dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke 12 Jilid 1*. Jakarta: Pt Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management (14th Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Ed.)*. Pearson.
- Kusuma, A. I. (2012). Pengaruh Brand Association Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Eksplanatif Pengaruh Product Attributes, Customer's Benefits, Dan Life Style/Personality Ahmad Dhani Terhadap Minat Beli Produk Jasa Ahmad Dhani School Of Rock Pada Siswa Smp Negeri 1 Yogyakarta) (Doctoral Dissertation, Uajy).
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting On Customers Purchase Intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science And Technology (Jmest)*, 2(1).

- Musaffa, M. F., & Prasetyo, B. (2025). Pengaruh Brand Awareness dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Merek Adidas Pada Pengguna Shopee di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 203-213. Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 126-135.
- N. P. Sari And R. Widowati. (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek Dan Minat Beli Produk Hijau, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 5, Pp. 59-79.
- Nastiti, A., & Astuti, S. R. T. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 8(1), 126–136.
- Olanda, A. (2025). Pengaruh Influencer Endorsement Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Xl Prabayar Di Kota Surabaya Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 9(1), 75-81.
- P. Kotler. Manajemen Pemasaran (Marketing Management) (Edisi 13). U.S.A: *Pearson Prentice Hall*. (2009).
- Putri, A. W., Ramdhan, A. M., & Danial, R. D. M. (2022). Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 5(2), 1254-1262.
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 78–83.
- Randi. (2016). Pengaruh Citra Merk Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng. *Jom Fisip*, 3(2): 1-9.
- Rivaldo, Y., Wibowo, E.A., Hasibuan, R., Anggraini, D.P., & Arnesih, A. (2021). Analisis Dampak Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*. 1(2).
- Santoso Dkk. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286-290.
- Santoso, S., & Suryadi, D. (2010). *Statistik Untuk Penelitian: Teknik Analisis Regresi Dan Korelasi*. Jakarta: Gramedia.
- Sari, D. P., & Prabowo, H. (2019). "Pengaruh Asosiasi Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli." *Jurnal Riset Pemasaran*, 10(3), 201-215.
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Porkball. *PERFORMA*, 2(3), 398-408.
- Setianingsih, W. E. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1).

- Sinendra, R., Indartini, M., & Herawati, N.R. (2024). Pengaruh Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Close Up Di Kota Madiun. *Mabha Jurnal*. 5(1).
- Sirait, E. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Di Universitas Hkbp Nommensen Medan). *Jurnal Ecoment Global*. 8(2).
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*. 1(1)
- Sudayo, T., & Saefuloh, D. (2019). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Studi Kasus : Merek Nokia. *Politeknik Negeri Bandung*, 841–850.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh celebrity endorser, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53.
- Syofian, dkk. (2015). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta*.
- Vazifehdoost, H., & Negahdari, A. (2018). Relationships Of Brand Awareness, Brand Association And Perceived Quality With Brand Loyalty And Repurchase Intention. *International Journal Of Case Studies*, 7(1), 45–51. Diambil Dari [Http://Www.Casestudiesjournal.Com](http://www.Casestudiesjournal.Com).
- Winarti, E., Kencana, D. S., & Rani, A. (2025). Pengaruh Variasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Di My Roti). *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 800-811.
- Wiyanto, A. R. N., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(3).