

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merk*. Jakarta: Mitra Utama.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Ajeng, N. N., & Nova, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 728–736. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.3597>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andjarwati, A. L., & Chusniartiningsih, E. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(2), 189. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.6736>
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public and Administration Insight (JPVAI)*, 2(2), 5–10. https://doi.org/10.1007/978-3-319-11779-9_98
- Apriyani, H., Idayanti, & Usman, O. (2018). Influence of Promotion Through Social Media Instagram, Brand Awareness, Brand Equity, Brand Loyalty to Purchasing Decisions. *Elsevier*, 12(1), 1–16.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Astutik, W. S., & B, K. P. D. (2019). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada Perusahaan Unilever Tbk 2015 - 2019). *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2085–2094.
- Bilgin, Y. (2018). the Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148. <https://doi.org/10.15295/bmij.v6i1.229>
- Chandra, C., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506>

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Foroudi, P. (2019). Influence of brand signature, brand awareness, brand attitude, brand reputation on hotel industry's brand performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76(May), 271–285. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.016>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS (sembilan)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, Hamdani, & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna*, 7(2), 233–261.
- Hartanto, R. (2019). *Brand & Personal Branding (Pertama)*. Yogyakarta: Qiara Media.
- Hastuti, maria A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. England: Pearson.
- Kesuma, A., Wahjudi, S., & Agustin, D. A. C. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Membeli Tiket Pesawat di Aplikasi TIKET.COM. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 7(2), 285–320. <https://doi.org/10.52447/promedia.v7i2.5499>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (Vol. 7). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of marketing*. England: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principle of Marketing* (17e ed.). England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ningsih, S., & Pradanawati, L. (2021). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION (Case Study on

- Gea Geo Store). *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(3), 1–12. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Manullang, I. M. (2017). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SIM CARD TELKOMSEL (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17, 51–73. <https://doi.org/10.54367/jmb.v17i1.137>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Cv Alfabeta
- Octavia, D., & Arifin, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA (Studi Kasus pada Masyarakat di Kecamatan Pandaan Jawa Timur). *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 10–28.
- Prasetyono, A. S., Suyono, J., Artaya, P. I., & Faviandhi, Q. (2021). The Impact of Promotion and Price on Purchase Decision Consumers at Marketplace Shopee. *International Journal of Integrated Education, Engineering Business*, 4(2), 79–86.
- Priscillia, G. M. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(4), 55.
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Klaten:Lakeisha.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Persepektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sihombing, T., & Dosma. (2021). Influence of Interest, Price, Product Quality, Promotion, and Brand Image on Purchasing Decisions in Traveloka App. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 183–196. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i1.1968>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., & Tingga, C. P. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. In *Brand Marketing: The Art of Branding* (Issue January). Bandung:CV Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st, Cet 1

ed.). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Utami, R. T., & A, S. R. (2022). Effect of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions in Using Online Travel Ticket Accommodation Provider Applications. *Bina Bangsa International Journal of Business and Management (BBIJBM)*, 2(2), 474–480. <https://doi.org/10.46306/bbijbm.v2i2.71>

Wydyanto, & Ilhamalimy, R. R. (2021). the Influence of Service Quality and Product Quality on Purchase Decisions and Customer Satisfaction (Marketing Management Literature Review). *Dinasti International Journal Of Management Science*, 3(2), 385–394. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i2>

Yunefa, A., & Sabardini, sri ekanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.