DAFTAR REFERENSI

Aaker, J. L. (1997). *Dimensions of brand personality*.

Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone : Harga Dan Promosi*. *3*(1), 301–313.

Aditya Wardhana. (n.d.). *Brand Management In The Digital Era – Edisi Indonesia*.

Almi Yuliastuti. (2020). *Pengaruh Brand Preference , Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Bloods Store Purwokerto) SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*.

Anggun Elok Faikotul Hikmah, Hayatul Maspufah, S. (2020). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Manajemen Informatika*. *1*(1), 38–57.

Bairrada, C. M., & Coelho, A. (2026). *The impact of brand personality on consumer behavior : the role of brand love*. https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2018-0091

Bratandari Nabilah Fitri, N. D. A. (2023). *Pengaruh Customer Satisfaction , Brand Preference , Dan Perceived Brand Benefits Terhadap Reuse Intentions Platform Digital*. *02*(1), 114–124.

Carolina, M. P. B. (2025). *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*. *16*(1), 263–284. https://doi.org/10.32832/jmuika

Cheung, G. W., Cooper, H. D., Rebecca, T., & Wang, L. C. (2024). Reporting reliability , convergent and discriminant and best - practice recommendations. In *Asia Pacific Journal of Management* (Vol. 41, Issue 2). Springer US. https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y

Dam, T. C. (2020). *Influence of Brand Trust , Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention*. *7*(10), 939–947. https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.939

Devan Choirul Huda Arifa Faiz, dan A. N. chasanah. (2024). Personality Terhadap Minat Beli Dengan *(Studi pada Konsumen Online Store House Of Smith Store)*. *3*(2), 1–19.

Dionita Sabrina Destiya. (2024). *No Title*.

Fandra Rachma Eka Safitri1, Arifah Hidayati, I. L. (2025). *Pengaruh Lifestyle , Brand Personality , Trust Terhadap Keputusan Penggunaan M-Banking Livin By Mandiri di Kota Bengkulu*.

Feriyana, F. I. (2025). *Membangun Brand Personality dan Brand Interaction terhadap Purchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Produk Safi di Kota Semarang*. *8*(1), 237–248.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *No Title*.

Junita1, Ade Parlaungan Nasution2, E. F. S. S. (n.d.). *Pengaruh promosi, kualitas layanan dan brand preference terhadap tingkat penjualan pada toko bintang terang motor rantauprapat*. *2015*, 1–8.

Jurnal, J., Mea, I., Lukitaningsih, A., Tria, L., Hutami, H., Yuni, G., & Jesi, K. (2024). *Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Di E- Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. *8*(2), 2106–2123.

Maidy, C., & Laura, W. (2020). *Analisis Brand Personality Dari Franchise Kopi Janji Jiwa Di Surabaya*. *8*(1).

Miftakhul Huda, K. (2024). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. *8*(2), 1883–1903.

Nurmin Arianto dan Sabta Ad Difa. (2020). *JURNAL*. *3*(2), 108–119.

Octaviani, E. A., M, Muhadi, Setiadi, R., Muhadi, & Syaifullah, M. (2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen Buket Bunga (Studi Kasus pada Syerr Art Collections)*.

Paloma, F., Maharani, I., Merlin, K., & Qurrota, A. (2024). *Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Service Quality Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analiysis (IPA)*. *3*(1), 19–28.

Prayoga, A., Arianto, T., & Bengkulu, U. M. (2023). *Pengaruh Brand Equity , Brand Trust Dan Brand Preference Terhadap Loyalitas Pelanggan Three Second*. *4*(1), 176–186.

Prof.Dr.Sugiono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R &. D*.

prof.dr.sugiyono. (n.d.). *No Title*.

Saraswati, D. A. P., & Respati, N. N. R. (2024). *No Title*. *13*(8), 1268–1291.

Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. *8*(1), 147–155.

Sidik, I. G., & Hanartyo, E. D. (2026). *Pengaruh Brand Image dan Brand Personality terhadap Brand Loyalty pada Coffee Shop*. *6*(September 2025).

Sugiyono. (2016). *No Title*.

Sururiyah. (n.d.). *Pengaruh Product Quality , Product Diversity , Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Tas Jims Honey di Kabupaten Kebumen) Sururiyah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh product quality ,*. 1–11.

Suryawardana, E., Aisyah, D., & Pitaloka, D. (2024). *Pengujian Variabel Mediasi Brand Preference Terhadap Repurchase Intention di Sektor Jasa Asuransi*. *22*(3), 261–278. https://doi.org/10.26623/slsi.v22i3.9155

Sutisna, A., Hapsari, A. A., Haryanto, R., Aqshel, M., & Utami, E. Y. (2025). *Pengaruh Strategi Branding Terhadap Minat Beli dengan Preferensi Merek Sebagai Moderasi*. *6*(2), 685–693.

Syafitri, M. D., & Ismail, T. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga , Kepercayaan Merek , dan Preferensi Merek*. 107–116.

Teguh Hermawan, Nurdin Hidayat Teguh Hermawan, N. H. (2020). N. T. 2(1). (2020). *No Title*. *2*(1).

Teguh Iman Santoso, and Danang Indrajaya. 2023. "Penggunaan SEM - PLS Dan Aplikasi SmartPLS Untuk Dosen Dan Mahasiswa." Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi 2(2):97-104. doi: 10.54099/jpma.v2i2.630

Vitram, K. L., & Rasa, M. I. (n.d.). *Customer Intimacy , Customers Experience , Customer Satisfaction , Customer Bonding Dan Customer Value Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung , Indonesia*. *22*(1), 44–54.

Wibowo, Vera Angelina, and Sentot Suciarto A. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Store Asmosphere, Dan Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Di Starbucks Gajah Mada Semarang." 8(1)

Yuli Asbar, M. A. S. (2017). *Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Pieces*. *6*(September), 39–47.