

DAFTAR REFERENSI

- Almunarief.(2016). Pengaruh *Green Marketinh* Terhadap Minat Beli yang Dimediasi Oleh *Brand Image* (Studi pada Air Minum Dalam Kemasan Ades).
- Aprilia, A., Vidyanata, D. (2022). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value of Cost terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen* 19(1): 49-68.
- Arianty, Nel, and Ari Andira. 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.
- Astuti, S.W., & Cahyadi, I.G. 2007. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Majalah Ekonomi, No.2*.
- Budiani, Ni Ketut, Ni Wayan Ari Sudiartini, A.A Elik Astari, and I Dewa Nyoman Usadha. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Handphone Samsung Terhadap Purchase Intention Konsumen Pada Galeri Teknologi Di Badung.” *Jurnal Ilmiah Satyagraha* 2(2): 17–45.
- Dhurup, M., Mafini, C., dan Dumasi, T. (2014). *The Impact of Packaging, Price and Brand Awareness on Brand Loyalty: Evidence from the Paint Retailing Industry. Acta Commercii*, 14 (1), 1-9.
- Eliasari, P. R. A., Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Dimediasi Oleh Perceived Quality dan Brand Loyalty. *E-jurnal Manajemen Unud* 6(12): 6620-6650.
- Fajariah, Nuraidya, Armanu Thoyib, and Fatchur Rahman. 2016. “Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada Generasi Y Di Indonesia.” *Jurnal Aplikasi Manajemen* 14(3): 471–80.
- Fenetta, Alexandra. 2022. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention: Brand Loyalty* sebagai Variabel Mediasi. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, Volume 4, No.6.
- Giddens, Nancy.2012. *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*, *Jurnal Insan Media Psikologi*, Vol 7 No 3.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*

- Bakti,R., & Perkasa, E.M (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PAM PT Watertec Estate Cikarang. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis dan Manajemen*,2(2),15-35
- Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&O. Bandung : Alfabeta.
- Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan kombinasi (*Miked Methods*). Bandung : Alfabeta.
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan. Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Hayati, R, and D Dahrani. 2022. “Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sova Kopi.” *SOSEK: Jurnal Sosial dan ...* 3(2): 21–29. <http://www.jurnal.bundamediagrupalp.co.id/index.php/sosek/article/view/273%0Ahttp://www.jurnal.bundamediagrupalp.co.id/index.php/sosek/article/viewFile/273/256>.
- Philip, Kotler, and Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 Dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip, Kotler, and . Armstrong, Gary. 2018. *Principle Of Marketing, 17e Global Edition*. Pearson Ed. New York.
- Kurniawan, Hironimus Hari. 2017. “Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4(2): 228–39.
- Suhud Usep & Prasetyo. (2021). Pengaruh Perceived Quality terhadap Brand Association. *Jurnal Manajemen Pemasaran Bisnis*.
- Martini, Erni, and Moh Fernanda Suryana. 2021. “Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty Dan Perceived Quality Smartphone Realme Terhadap Minat Pembelian Konsumen Di Indonesia.” *Ijisrt.Com* 8(5): 4450.
- Muzammil, M., Rachma, N., Rizal, M. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Kepuasan Pembelian Iphone. *E-Journal Riset Prodi Manajemen*.
- Women & Minor. (2019). *Perilaku Konsumen*. Erlangga Jakarta.
- Oktaviani, S., Putri, A. D., & Handayani, M. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko

- Online Lazada). *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 37–45.
- Prasetya, Wawan. 2021. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty terhadap Purchase Intention. Skripsi. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Prasetya, Augustinus Dimas Eka, and Nanang Suryadi. 2021. “Pengaruh Brand Image, Product Quality Dan Price Terhadap Purchase Intention Produk Smartphone Oppo (Studi Pada Masyarakat Kota Kediri).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*:1–15. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7696>.
- Putra, Edy Yulianto, and Vina Liesty Indriani. 2023. “Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Brand Loyalty Pada Coffee Shop Yang Ada Di Batam.” *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 10(1): 9.
- Putra, M. A., Adnan, Maimunnah, S., (2021). Pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Station Coffee Premium Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner dan Strategis* 10(2): 49-56.
- Putri, Tria Anggina, Marwan Marwan, and Rose Rahmidani. 2019. “Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik La Tulipe Di Kota Padang.” *Jurnal Ecogen* 1(4): 734.
- Rahmadani, Siti. 2017. Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Keputusan menggunakan Jasa Go-Jek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN-SU).
- Lamboan, L.K (2017). Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga dan Persepsi nilai terhadap Niat Beli Konsumen dalam Kain Tradisional. *Jurnal Berkata Estisiensi*, 17 (1), 100-112.
- Rosdiana, R., Iyus Akhmad, H., & Kadek Rai, S. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11, 318–328.
- Semuel, Hatane dan Alexander, Bobby. 2020. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality terhadap Brand Loyalty pada Produk Oppo Smartphone di Surabaya. *Jurnal*.
- Sugiyono 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sukiman, Salam, A. 2021. Analisis Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen* 11(1): 69-80.

- Durianto, Darmadi (2018), Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku merek, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunoyo, Danang. 2018. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus) Edisi Ketiga. Jakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Su, J and Chang, A. 2018. Factors affecting college students brand loyalty toward fast fashion: A customer-based brand equity approach. *Internasional Journal of Retail & Distribution Management*, 46(1).
- Saleh, Ibraheem, and Maria Abdul. 2018. "Influence Dimensions of Brand Equity on Purchase Intention toward Smartphone in Malaysia." *VFAST Transactions on Education and Social Sciences* 6(1): 7–19. <http://vfast.org/journals/index.php/VTSE@>.
- Silalahi, Andre Danio Hasiholan. 2022. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Furendori Betta Jakarta Selatan)." *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*: 1–18.
- Sari, Syahriah, Syamsuddin Syamsuddin, and Syahrul Syahrul. 2021. "Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar." *Journal of Business Administration (JBA)* 1(1): 37.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran Edisi Tiga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Viopradina, Y., Kempa, S. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Brand Personality, Organizational Association, dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Pada Aplikasi Belanja Online. *AGORA* 9(1).
- Wiastruti, R. D., Sigar, G. (2021). Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Pada Restoran. *Jurnal Destinasi Pariwisata* 9(2): 322-328.
- Yani, A. M., dkk. (2022). Pengaruh Variabel Consumer Nostalgic, Consumer Ethnocentrism, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pepsodent. *Jurnal Visioner dan Strategis* 11(2): 01-08.