

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti, Yunita, et al. "Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian." *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah* 2.2 (2022): 100-108.
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Kumpulan *Jurnal Dosen UMSU*, 4(2), 76-87.
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT RINEKA Cipta
- Arli, Denni, and Fandy Tjiptono. "Does corporate social responsibility matter to consumers in Indonesia?." *Social Responsibility Journal* 10.3 (2014): 537-549.
- Cahyani, K. I., & Sutrasnawati, E. (2016). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*.
- Dewi, Ayu Safika, Titik Inayati, and Mohamad Johan Efendi. "Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia." *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan* 1.3 (2022): 202-209.
- Durianto, Darmadi. *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Ghozali, Imam. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2016.
- Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi Sembilan*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Juliana, S. (2019). Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat beli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, (Online) 12.
- Keller, U. 2014. *Teori Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*, Millenium Edition. Marketing Management, 23(6), 188–193.

- Kotler P & Keven L Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid ke 1 Edisi 12. Alih bahasa Bob Sabran Jakarta: Indeksia.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition United States of America : Pearson.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong, Gary. (2014). *Principles of Marketing*, Fifteenth Edition. Boston: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Global)*. Essex, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Krisnawati, Devi. "Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian AMDK merek aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung)." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 4.1 (2016).
- Lelet, Pinki Silvia, Bode Lumanauw, and Debry CA Lintong. "Pengaruh ekuitas merek, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada produk Manzone di Matahari Megamall Manado)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10.1 (2022): 1590-1599.
- Mowen, John C. and Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Dwi Kartini Yahya. Jilid 2. Ed. 5. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Kota Medan). *Seminar Nasional Vokasi Indonesia (SNVI) Universitas Islam Indonesia (UII)*, 2(3), 83-88. (Placeholder2).
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK.
- Purnomo, H., & Riani, L. P. (2018). Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Toko Daring pada Masyarakat Kota Kediri. *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 68-88.
- Rao, Purba. 1996.*Measuring Customer Perceptions Through Factor Analysis*, The Asian Manager,February, March.

- Soehadi, A. (2005). *Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek Yang Sehat dan Kuat: Effektive Branding*. Bandung: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (Cetakan Pe).
- Sholihah, Aqmarina Mar'atus, Sandi Budi Iriawan, and Dwi Heryanto. "Penerapan Model Pembelajaran Savi Untuk Meningkatkan Keterampilan Berbicara Siswa Kelas Iv Sekolah Dasar." *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar* 2.1 (2017): 52-62.
- Sugeng, B. 2020. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish. Sleman.Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian* . Bandung: Alafabeta.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono.2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alphabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D*. bandung: ALFABETA.CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Alfabeta Bandung.
- Suliyanto, E. T. (2011). *Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi, Jakarta.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Suryani, Ani. *Profil gaya hidup sehat lansia yang aktif melakukan olahraga kesehatan*. Diss. Universitas Pendidikan Indonesia, 2013.
- Tjiptono, Fandi. (2012). *Pemasaran Strategic*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy, 2014, *PemasaranJasa–Prinsip*, Penerapandan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. "*Strategi Pemasaran, 4th.*" Penerbit Andi, Yogyakarta (2015).
- Tombeng, Brigitte, Ferdy Roring, and Farlane S. Rumokoy. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7.1 (2019).
- Winarno. (2013). *Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan word of mouth dengan brand awareness teh kotak. *Jurnal EKomunikasi*, (Onlie), 5 (1).

Wiyono Gendro. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8*. UPP STIM YKPN.

Yulian, D.T., & Anik, L.A.(2018). Pengaruh brand awareness, perceived quality, dan kelompok acuan terhadap niat beli Honda PCX 150 (Studi pada komunitas sepeda motor matic di Surabaya pusat). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3*. (Online).

