

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Z. Yonathan. 2023. Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia Tahun 2017-2026. <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>. Diakses pada tanggal 4 Mei 2024.
- Arifin, A., & Setyaningrum, D. (2022). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Cita Rasa, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial (Studi Pada Konsumen Swalayan Indomaret Sragen). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 428-437.
- Desak Putu, Ni wayan, I gusti, S. (2021). Pengaruh Brand Trust, Service Quality Dan Customer Satisfaction Pada Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Denpasar). *Pengaruh Brand Trust, Service Quality Dan Customer Satisfaction Pada Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Denpasar)*, 2, 18.
- Firmansyah, M. A. (2019) *Pemasaran: Produk Dan Merek (Planning Dan Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Fristiana, D. A., Prihatini, A. E., & Listyorini, S. (2012). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada ramai swalayan peterongan semarang. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 1(2), 118-127.
- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.5539/ijms.v5n2p111>
- Haryadi, A. R., Gunaningrat, R., & Suyatno, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Somethinc. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (BISMAK)*, 2(2), 8-17.
- Indriani, Trya., . (2019). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Price, Word Of Mouth Terhadap keputusan. 163–170
- Irawan, A. D., & Hadisumarto, A. (2020). Pengaruh aktivitas social media marketing terhadap brand trust, brand equity, dan brand loyalty pada platform social media Instagram. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 43(1), 5.
- Keller, Lane, K., & Hoeffler, S. (2003). 2003Advantages Strong Brands. *Brand Management*, 10(6), 421-445.
http://www.iseg.ulisboa.pt/aula/cad1523/2003_Hoeffler_Keller_MktAdvantagesStrongBrands_JBM_10-6.pdf

- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management, 14th Edition*. United States of America : Pearson
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: Pearson Education
- Made, L., Rahayu, P., Abdillah, Y., & Mawardi, M. K. (2017). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 121–131.
- Mukuan, A. L., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2023). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Instagram, Electronic Word Of Mouth, Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mozzaoc Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 193-203.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Permana, C., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Gaya Hidup, Viral Marketing, Kemasan Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Instan Mujigae. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(8), 60-70.
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C. 2009. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi keempat, Erlangga.
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Alamsyah, A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Raditya, M., Fatturrohman, H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. 1(4). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Schiffman., & Kanuk. (2009). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Keempat, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : Alfabeta

Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Modus*, 32(1), 25-41.

Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Dan Loyalitas Merek Pada Akun Instagram Tokopedia under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license CORE View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk provided by Electro. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/388>

Wahyu Laksono Nanang Suryadi, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. In *Holistic Journal of Management Research: Vol. I* (Issue 1).

