

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997) *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand*. New York: The Free Press. And *Managing Brand Equity*, 4th Edition. New Jersey: Pearson.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 6(2), 86-96.
- Asshidin, N. H. N., Abidin, N., & Borhan, H. B. (2016). *Perceived Quality and Emotional Value That Influence Consumer's Purchase Intention Towards American And Local Product* (Vol. 35). Procedia Economic and Finance. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00078-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00078-2)
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran Dan Penjualan Berbasis Web. *TRANSISTOR Elektro Dan Informatika*, 2(2), 81–88
- Chapman, Joe and Russ Wahlers. (1999) "A Revision and Empirical Test of the Extended Price-Perceived Quality Model". *Journal of Marketing*: pp. 53-64.
- Chi, H.K, Yeh, H. R., & Chio, C. . (2009). *The effects of brand affect on female cosmetic users brand loyalty in Taiwan*. *The Journal of American Academy of Business*.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25-40.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning Strategy)*. Jakarta: Qiara Media.

- Firnando, O., Novita, D., & Ahluwalia, L. (2021). Analisis Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi pada Keputusan Pembelian Produk (Survey pada Konsumen PT Inti Bharu Mas Lampung). *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(1), 31-37.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Cetakan 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). Analisis Multivariat dan Ekonometrika. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2013. Aplikasi Multivariate dengan program SPSS edisi ketujuh. : Badan penerbit Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi (Edisi 7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjati, L., Sabu, G., & Olivia, L. (2015). Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian the body shop. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(1), 36785.
- Heliani, H., Harahap, D. A., & Mahani, S. A. E. (2022, August). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 1331-1338).
- Heliani, H., Harahap, D. A., & Mahani, S. A. E. (2022, August). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 1331-1338).
- Herdana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 1-18.
- Hidayah, R. T. (2016). Pengaruh Brand Trust Terhadap Niat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Produk Elektronik Pada Situs Jual Beli Lazada. *UNEJ E-Proceeding*, 122–132.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh celebrity endorser, brand image, dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).

- Juliana, S. (2019). Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat beli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, (Online), 12. ([Http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702](http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702)), diakses 26 April 2020
- Junia, Y. I. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 360-363.
- Keller, Kevin Lane. 2012. *Strategic Brand Management: Building, Measuring,*
- Kotler & Armstrong. (2012). *Dasar-dasar pemasaran*(Jilid 1). Prenhalindo.
- Kotler P. dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian AMDK merek aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1).
- Kustini, N. I. (2011). Experiential marketing, emotional branding, and brand trust and their effect on loyalty on Honda motorcycle product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 14(1).
- Kusumadewi, N., & Sopiyan, P. (2023). Pengaruh Iklan Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Dapoer Ami Tenjolayar. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 143-153.
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Word of Mouth, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(1), 51-60.
- Luk, S. T. K., & Yip, L. S. C. (2008). The moderator effect of monetary sales promotion on the relationship between brand trust and purchase behaviour. *Journal of Brand Management*, 15(6), 452–464.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694-707.
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1), 1-8.

- Pradiptaningtyas, I., & Hermani, A. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minute Maid Pulpy (Studi pada Konsumen Minute Maid Pulpy di Kecamatan Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 107-117.
- Renata, Miyume. (2014). Menggunakan “Meme” Dalam Word Of Mouth (Wom) Untuk Meningkatkan Brand Awareness.
- Rivai, Ade Risman, and Triyono Arief Wahyudi. 2017. “Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Kalbisocio* 4(1): 29–37.
- Sangadji, Etta Mamang. (2013). *Perilaku Konsumen; Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*.
- Saptutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2019). Penelitian kuantitatif metode dan alat analisis. *Yogyakarta: Gosyen Publishing*.
- Siregar, Sofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. 1st ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukotjo, H. (2016). Pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, dan brand image terhadap keputusan pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Online), 5(5)
- Tjiptono, Fandy, 2014, *Strategi Bisnis Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Utama, J. W., & Farizi, H. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sehat Kenzo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 9(1), 63-75.
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan word of mouth dengan brand awareness teh kotak. *Jurnal EKomunikasi*, (Online), 5 (1). (<https://media.neliti.com/media/publications/185778-idhubungan-word-of-mouth-dengan-brand-awar.pdf>), diakses 10 September 2020.
- Yet, S. (2011). *Star Marketing For Everyone’s Business*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store's Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1-14.
- Zulkarnain, V. C. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Mayasi. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(3), 207-216.

