

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2019). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Ababil, R. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee.
- Alfaridzi, F. G. M. (2021). Pengaruh pengalaman pelanggan, kualitas pelayanan, dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Kopi Titik Koma Rawamangun). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Andini, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Merek Lois Jeans Di Streat Shop Lois). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., dan Beddu, M. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166.
- Ati, W. R. D., dan Sumartik. (2024). The Effect of Brand Image, Brand Loyalty and Brand Awareness on Purchasing Decisions for Toyota Cars in Sidoarjo City. *UMSIDA Preprints Server*.
- Bahrussyah, M. A. (2018). Pengaruh bauran promosi dan brand awareness terhadap minat beli topi kulit eervoleather. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 37–46.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding, dan Re-Branding-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Durianto, D. (2018). *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset. Ekuitas dan Perilaku*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fatma, N., Alimuddin, M., dan Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Firmansyah, M. A., dan Se, M. (2019). Pemasaran produk dan merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.
- Gaski, J. F., dan Etzel, M. J. (2013). How Marketing Serves the Common Good: A long-term consumer perspective. In *Marketing and the Common Good* (hal. 81–92). Routledge.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. Edisi 10*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen Produk dan Merek*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Hidayat, F., Riono, S. B., Kristiana, A., dan Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 214–231.
- L., dan Brexendorf, T. O. (2019). Strategic brand management process. *dbuch markenführung*, 155–175.
- , dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.



- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, C. W., Hair Jr, J. F., McDaniel Jr, C., Summers, J., dan Gardiner, M. (2018). *Mktg4*. Cengage AU.
- Mahmud, A. (2022). Peran Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembelian Mobil di Salah Satu Showroom di Kota Makassar). *SEIKO Journal Management Bussines*, 3(2), 83–92.
- Manullang, R. (2023). Efektivitas Penggunaan Sosial Media Instagram Dalam Branding Brand Baru Di Malam Minggu Group. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 1(3), 56–68.
- Muthiah, F., dan Setiawan, B. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic, dan Emotional Branding terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(2), 259–267.
- Novriadi, N., dan Sitorus, D. H. (2024). The Influence of Brand Image, Brand Awareness, and Brand Loyalty on Consumer Purchasing Decisions at PT Kansai Indowarna Batam. *Jurnal Cafeteria*, 5(2).
- Nurfadilah, T., dan Hutauruk, B. M. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Loyalty terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone di Kota Karawang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(3), 499–506.
- Oktavia, Y., dan Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 240–252.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., dan Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(1), 121–132.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., dan Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung: Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, Dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Pustaka Abadi.
- Rangkuti, F. (2018). *Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Raranta, A., Worang, F., dan Ogi, I. (2021). Analisis Faktor-Faktor Ekuitas Merek Mobil Agya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toyota Agya Club di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 964–973.



l, A. N. (2022). *Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia)*. Universitas Muslim Indonesia.

. M. Y., dan Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran:*

Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1). Sah Media.

Setiawan, Z., Zebua, R. S. Y., Suprayitno, D., Hamid, R. S., Islami, V., dan Marsyaf, A. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Simanjuntak, P., Binangkit, W. L. H., dan Diane, I. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Tangan Merek Solis Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1), 319–332.

Sinulingga, N. A. B., Sihotang, H. T., dan Kom, M. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Iocs Publisher.

Sri Rahayu, S. E. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap Dan Loyalitas Pembelian*. Penerbit Adab.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R dan D)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.

Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling dan bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.

Triaji, B. (2022). Pengaruh Faktor-Faktor Brand Equity Terhadap Brand Trust Produk Amdk Merek Aqua (Studi Pada Pelanggan Di Kabupaten Lombok Timur). *JMM Unram-Master of Management Journal*, 11(2), 105–119.

Utaminingtyas, R. R. B., Khakim, L., dan Hadi, A. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Brand Loyalty Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnl of Business Studies*, 9(2).

