

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analyzing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention : The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 822- 826.
- Aditya Sasabila Akbar , Destika , Nur Safitri , Siti Khasanah, M. R. A. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN MCDONALD'S LAMPUNG No Title. *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN MCDONALD'S LAMPUNG*, 4(2), 59–68.
- Ahdiany, D. F. (2021). Pengaruh E-WOM dan kesadaran merek terhadap minat beli konsumen dengan citra merek sebagai variabel mediasi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art3>
- Ardian, H., & Gustin H., (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/eb/article/view/9502>, no.1 (2019):smart customer
- Anshori, M., & Iswati , S. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR.
- Chakti, A. Gunawan. R (2019). *Langkah Membangun Merek/Branding Bisnis* ((Makasar:Celebes Media Perkasa
- Dr. Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo : Zifatama Publishing.
- Durianto dan Liana S, 2004, *Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.

- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Minuman Frestea
- Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 13(1), 41–55.
- Fendi, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program SPSS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Graciola, A. P., De Toni, D., Milan, G. S., & Eberle, L. (2020). Mediatedmoderated effects: High and low store image, brand awareness, perceived value from mini and supermarkets retail stores. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102117.
- Hasbun, budiharto., dan Endang Ruswanty. 2016. Komperasi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dengan Brand Awareness terhadap niat beli (Studi Pada Commuter Line). *Journal of Business Studies*. 2(1)
- Informasi, J. S., & Peradaban, T. (2020). *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban (JSITP) Vol. XXX, No. XXX, 2020 e-ISSN:-. XXX(Xxx)*.
- Jalilah Fitria, I., & Tinggi Ilmu Ekonomi, S. (2021). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Oppo Taufik Qurohman. *Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 26–37.

- Karawang, K. (2023). Transformasi Managerial Transformasi Managerial. 3, 60–70. <https://doi.org/10.47476/manageria.v3i1.2164>
- Konsumen, P. S., Image, B., Kasus, S., & Kesatuan, S. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen, Periklanan, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen The Jungleland Adventure Theme Park. 1(1), 43–52.
- Kotler Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. (2002). Jakarta : PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip. 2005 Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2003 Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kurniawan, C. N. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Testimoni Di Instagram Terhadap Minat Beli.
- KONSUMEN. Management and Accounting Expose, 3(2), 98–112. <https://doi.org/10.36441/mae.v3i2.236>
- Limanto, R. (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Hswgrail. ID. Performa 6(1):57-66
- MA Budiyanto, FI Prasetyo,(2022) TB Pamungkas JUEB: Jurnal Ekonomi dan Bisnis 1 (3), 49-57
- Malau, Harman. 2018. Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta.
- Manajemen, F., & Ciputra, U. (2020). MINAT BELI PRODUK HUNGTATA. 4. Mestika Zed, Metode Penelitian Kepustakaan, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, Cet. ke-1, 2004.
- Maulidi, R. A., Ai D., & Yuliati, L. (2017), Pengaruh Tingkat Brandawareness terhadap Minat Beli Apple iPhone. ISEI Business and Management

- Review, / (1), 7-18, <http://jurnal.iseibandung.or.id/index.php/ibmr>
- Nahdlatul, U., Surakarta, U., & Beli, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pelanggan kedai nene coffee tuban. 2(2).
- Nasution. 2005. Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Manajemen. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ningtias, A. A., dan Budiarti A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bimbingan Belajar Alfagamma Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 6. Nomor 1. Halaman 1-16
- Pada, S., Handuk, P., Palmer, T., Stiawan, E., Bengkulu, S., Handuk, K. K., Produk, K., & Beli, M. (2010). No Title.
- Pada, S., Smartphone, P., & Oppo, M. (2021). Analisis Pengaruh Iklan , Identitas Merek , dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang. 3(1), 169–184.
- Prasetyo, F. I., Budiyanto, M. A., & Reformasi, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness , Brand Loyalty dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Online di Marketplace Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). 1(3).
- Prawiro. 2018. Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep, dan Contohnya.
- Produk, P. K., Kemasan, D. A. N., Bisnis, F. M., & Ciputra, U. (2020). Pengaruh kualitas produk, promosi, dan kemasan terhadap minat beli produk ma bruschetta. 5.
- Produk, P. K., & Promosi, D. A. N. (2021a). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli produk batik jetis di sidoarjo. 05(02), 842–849.
- Produk, P. K., & Promosi, H. D. A. N. (2021b). MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HSWGRAIL . ID. 6(April).
- Putra, A. R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Elfa’s School. Jurnal Ilmu Komunikasi
- Rini, N. S., Edi, A., & Suprihatmi, S. (n.d.). MINAT BELI KONSUMEN VITAMIN C VITALONG C PADA PT . BERNOFARM CABANG

SEMARANG.

- Ririn Zullaihah, Harini Abrilia Setyawati, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* (2021). Analisis pengaruh iklan, identitas merek, dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pengguna smartphone merek Oppo di Kebumen
- Saladin, Djaslim, 2002, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, Penerbit Linda Karya Bandung.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37.
- Scammon, & Keller, A. et. a. (2011). Transforming Consumer Health. *Journal of Public Policy and Marketing*.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks
- Semarak, J., Sari, B., Barat, J., & Semarak, J. (2021). Diprodusen Peyek Berkah Bersaudara. 4(2).
- Setena, M., Mariyatni, N. P. S., & ... (2022). Dampak Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ud Catur Putra Di Mengwi Badung. ... and Business Journal ..., 4, 112–121. <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj/article/view/5433%0>
Ahttps://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj/article/download/5433/3765
- Setiawaty, N.A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Vol. 22, No. 1, 47-56.
- Sitanggang dan D. Kusnanto. Budi Daya Gurami. Jakarta :Penebar Swadaya 2022.
- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian

- Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS (1sted)*. Yogyakarta : Andi Offset Yogyakarta
- Suryati. V (2021). *Manajemen dan Perkembangannya* Yogyakarta: Andi Pustaka Baru Press.
- Swastha, B. 2010. *Manajemen Pemasaran, analisa perilaku konsumen*. Edisi pertama. Cetakan ketiga. Yogyakarta.2
- Tendra, F.E., Agustiono, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK MA BRUSCHETTA. *Jurnal Perfoma : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4), 340-349. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1789>
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Wijaya & Oktaviani. “Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 14, no. 2 (2016)
- Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube Dengan Brand Recognition Sebagai Variabel Intervening. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 21–28. <https://doi.org/10.15408/Ess.V8i1.5885>

Zulviani, M. Akraimah, N. Mufidah, E. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas “Sophie Martin Paris”. 4, 1–13