

DAFTAR PUSTAKA

- 'Aini, T. M., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Handbody Scarlett (Studi Kasus Pada Pengguna Handbody Scarlett Di Wilayah Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 1–16.
- Aaker, David. (2007). Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek, Mitra Utama, Jakarta.
- Adhila, B.T., & Raymond (2021). *The Effect of Lifestyle, Price and Promotion on Purchase Decision on Customers Kasta Coffee Batam. Research Institution and Community Service in Batam University*, 11(1), 15-27.
- Adianti, S.N. & Ayuningrum, F. (2023). Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 45-56.
- Ahsan, S. M. H., Azam, M. K. G., Raihan, M. Z., Imam, I. Bin, & Islam, M.N. (2020). *Impact of Bran Equity on Consumers Purchase Decision of Smart Phone – A Study on University Students I Chittagong, Bangladesh. Global Journal of Management and Business Research*, 20 (April), 37-41. <https://doi.org/10.34257/gjmbvol20is6pg37>
- Al-Ayubi, S., Rizqi, H.A., & Sijabat, R. (2024). Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Generasi Z). *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(6), 838-856.
- Alfian, I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Merek, dan Harga terhadap Keputusan di Kota Medan. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 122-145.
- Alfida, F. (2022, 20 Mei). Brand Awareness: Pengertian, Indikator, Piramida dan Strategi Meningkatkan. Diakses pada 30 Januari 2024. <https://dailysocial.id/post/brand-awareness#google-vignette>
- Alifyanti, U., Nirawati, L., Andarini, S., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus

- Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 546.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.449>
- Alim, S. (2022). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik MS Glow. *Jurnal Terapan Ilmu Pengetahuan*, 1(1), 85-95.
- Alwi, I. (2015). Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. *Jurnal Formatif*, 2(2), 140-148.
- Amstrong, Gary. & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anas, K. (2020). Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) dan Harga Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Yuank Kota Bima. *I(2)*, 131–138.
- Andrenata, A., Supeni, R.E., & Rahayu, J. (2022). Pengaruh *Perceived Value, Brand Awareness, Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(4), 813-824.
- Andriani, R. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah*. 1-107.
- Annissa, A.N., & Paramita, E.L. (2021). *Brand Promotion: The Effect of Celebrity endorsement and Brand Image on Consumer Buying Decision*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 82-90.
<https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5413>
- Anwar, M. & Andrian, D. (2021). *The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision*. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 176, 78-82.
- Apriliani, D., & Hayuningtias, K., A., (2023). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 1991-2004.

<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1102>

Ardhana, R.S.P & Rahmawan, G. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN, WORD OF MOUTH, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN. *Jurnal Edunomika*, 6(2). 1-13.

Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.

Astuti, N.R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf pada Remaja di Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(1), 20-31.

<https://doi.org/10.26460/ed-en.v4i1.2287>

Bayu, D.K., G.M. Ningsih, L. Windiana. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime, *JSEP*, 16(3), 239-256.

Cinthy. (2021, 26 Januari). Asosiasi Merek: Pengertian, Manfaat, Jenis dan Contohnya. Diakses pada 30 Januari 2024.

<https://accurate.id/marketing-manajemen/asosisasi-merek/>

Duwila, Z., Supandi, A., Ogi, I., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Awareness Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Kota Manado the Influence of Celebrity Endorsment, Brand Awareness and Lifestyle on Purchase Decisions for Scarlett Whitening Products in M. Z. Duwila., A. Supandi., I. Ogi 269 *Jurnal EMBA*, 10(1), 269–278.

Fadjar, C., Juanna, A., Ismail, Y. L., Gorontalo, U. N., Gorontalo, U. N., & Gorontalo, U. N. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan*. 5(1), 339–349.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia: Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya, Nomor 26 Tahun 2014

Febrian, A. & Fadly, M. (2021). *Brand Trust as Celebrity Endorser Marketing Moderator's Role*. *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207-216.

<https://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>

- Febriani, R., & Khairusy, M.A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga dan Desain Produk yang Dimediasi oleh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Shopee (Studi pada Konsumen Desstore Collection Serang Banten). *Jurnal Pendidikan, Akuntansi, dan Keuangan*, 3(1), 91-110.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghadani, A., Muhar, A.M., & Sari, A.I. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian di Shopee dengan mediasi Brand Awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110-118.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hikmah, J.W., & Fahrullah, A. (2024) Pengaruh Label Halal, Harga, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Chatime di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(1), 140-157.
- Hoiriyah, Y.U. (2021). Jurnal Kajian Ilmu Manajemen. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(2), 115-120.
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 202–209.
- Kammarudin & Chadafi, M.F. (2021). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI MARKETPLACE SHOPEE DI KABUPATEN BIREUEN. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 208-2017.
- Kiran L. Maney & Soney Mathews (2021). *A Study of the Impact of Lifestyle on Consumer Purchase Decision of Young Indians*. *AIMS International Journal of Management*, 15(2), 89.
<https://doi.org/10.26573/2021.15.2.2>
- Konuk, F.A. (2018). *The Role of Store Image, Perceived Quality, Trust and Perceived Value in Predictivy Consumers Purchase Intentiony Towars*

Organic Private Label Food. Journal of Retailing and Consumer Services, 43, 304-310.

- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, U.P. & Sinambela, E.A. (2022). Keputusan Tempat Pembelian Berdasarkan Kualitas Layanan, Suasana Toko, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Satyagraha*, 5(2), 87-97.
- Limento, N.Y., & Cahyadi, L. (2020). Analisis Pengaruh *Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness* dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian. *JCA Ekonomi*, 1(2), 530-538.
- Mahisa, R., K., Sulhaini, Darwini, S. (2019). Analisis Pengaruh *Tagline* dan *Brand Ambassador* terhadap *Brand Awareness* Telepon Seluler Merek OPPO (Studi Kasus pada Pekerja Kantoran di Kota Mataram). *JRM*, 19(2), 86-97.
- Millatina, A.N., & Sayyaf, R.T.F. (2023). Makanan Halal pada *Street Food: Halal Awareness, Halal Knowledge*, Label Halal terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2610-2619).
- Mukhroji, Anisa, T. Ferdiansah. (2023). *The Influence of Halal Awareness of Halal Labels and Sub-Culturs on the Purchase Decision of MSME Product in Bumiayu. Proceeding of International Conference on Islamic Economics, Islamic Banking, Zakah and Waqf*, 15-24.
- Mulianingaih, S., Hutajulu, D., & Dzakira, R., (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement, Minat Beli dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora. *JUKIM: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 176-184.
- Munawaroh, M.; Gustrti, Y. % Resty, F. (2021). Pengaruh Selebrity Endorser, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Asrama Undhari). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 170.
- <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.960>
- Mustika, I., Sina, U. I., Baja, L., Studi, P., Ekonomi, I., Police, P., & Police, P.

- (2019). *ANALISIS PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN AKIBAT SALESMANSHIP , PRICE POLICY , BRAND IMAGE DAN*. 1(1), 29–34.
- Naruliza, E. & Suseno, R. (2021). Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia di Kota Palembang. *JEMASI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 17(1), 97-106.
- Nasiroh, N. & Widodo, U. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kebijakan Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen di Matahari Departemen Store TBK), *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 12(2). 69-87.
- Nasrudin, A. (2022, 3 Oktober). Strategi Penetapan Harga: Jenis, Faktor yang Perlu Dipertimbangkan. Diakses pada 30 Januari 2024.
<https://cerdasco.com/strategi-penetapan-harga/>
- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. 1(1), 165–173.
- Nguyen, V. T., Tran, T. H. D., & Ngo, T. X. B. (2022). The Influence of Brand Equity on Customer Purchase Decision: A Case Study of Retailers Distribution. *Journal of Distribution Science*, 20(2), 11–18.
<https://doi.org/10.15722/jds.20.02.202202.11>
- Nurdin, S. & Setiani, P.N.C. (2021). Penggunaan Label Halal dan Harga dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 111-122.
- Nurkhalis, M., Udayana, I.B.N., & Wesla, H. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* dan Keputusan Pembelian (pada Pelanggan Burger King Yogyakarta). *QURANOMIC : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*. 3(1).
- Paujiah, R., Kosim, A.M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economic and Banking*, 2(1), 144-163.
- Philip, K. & Keller, K., L. (2019). *Marketing Management*. 4th Edition.

- Pratiwi, B.M., & Mahfudz, M. (2021). *Pengaruh Dukungan Selebriti, Konten Iklan, dan Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Platform Instagram di Provinsi Jawa Tengah)* Bintang Mega Pratiwi, Mahfudz1. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32421>
- Primandaru, N. (2021). Dampak Green Marketing Dalam Keputusan Pembelian Produk The Body Shop. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 41-52.
- Purwandari, S.; Purnomo, S.; Purboyo; Adha, W.M.; Hanika, I.M.; Savitri, C.; Putra, A.R.; Wardhana, A.; Kusuma, C.S.D.; Sudirman, A.; Herawati, A.; Nugroho, H.; Rahmi, S.; Esti, E.A.J.; Tingga, C.P.; Yulianti, K.; Purnamasari, M.S. & Hartini. 2022. *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia
- Putri, D.E., Sudirman, A., Suganda, A.D., Kartika, R.D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A.F.M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G.P.E., Triwardani, D., Rini, N.K., Pertiwi, W.N.B., & Roslan, A.H. (2021). *Brand Marketing*. Penerbit Widina.
- Ramadhani, I., & Nadya, P.S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Shake Herbalife. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1244-1250.
- Rangkuti, F. (2019). *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rao Purba. (2006). *Measuring Customers Perception Through Factor Analysis. The Asian Manager*.
- Riadi, M. (2020) Brand Trust (Pengertian, Indikator, Dimensi dan Faktor yang Mempengaruhi). *Kajian Pustaka.com*.
- Rivaldo, Y., Wibowo, E.A., Hasibuan, R., Anggraini, D., & Arnesih, A. (2021). Analisis Dampak Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan. *JMOB: Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 1(2), 149-157.
- Rizky, F. (2020, 9 Juni). Kebijakan *Pricing (Pricing Policy)*. Diakses pada 25 Januari 2024.

https://www.kompasiana.com/fahrul35387/5edf399dd541df478c732a32/k_ebijakan-pricing-pricing-policy

- Roflin, E., Liberty, I.A., & Pariyana. (2021). Populasi, Sampel, dan Variabel dalam Penelitian Kedokteran. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Roony, Criest., dkk. (2019). Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga terhadap Minat Beli (*Case Study Intagrated Home Protecton*), 2(1).
- Rosyada, M. (2022). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Label Halal, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 213-218.
- Sahir, S.H; Ramadhan, R.S.A.; Marpaung, M.F.R.; Munthe, S.R. & Watriantos, R. (2020). Online learning sentiment analysis during the covid-19 Indonesia pandemic using twitter data. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*.
- Samosir, C. M., Safitri, A., Alvino, M., Dmk, D., Adani, M. R., Nofirda, F. A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). *Analisis Faktor Penentu Penggunaan Celebrity Endorse dalam Media Sosial Instagram*. 7, 30975–30979.
- 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. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Cat De’Lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24-37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Satyagraha, J., Sinambela, E. A., Mardikaningsih, R., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Sungkono, U. M., & Mojokerto, K. (2022). *Harga dan keberagaman produk serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan restoran*. 05(01), 37–47.
- Sholihat, A. (2018) Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie. *JOM FISIP*, 5(1), 1-15.
- Silaban, B. E. (2021). *ANALISIS ELEMEN-ELEMEN BRAND EQUITY PADA*

SINETRON DUNIA TERBALIK. 24(1), 64–92.

- Sinambela, E.A. & Mardikaningsih, R. (2022). HARGA DAN KEBERAGAMAN PRODUK SERTA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN RESTORAN. *Jurnal Satyagraha*, 5(1), 37-47. <http://ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyagraha>
- Soetiyani, A. & Maida, A.I. (2022). Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pertumbuhan Usaha dimoderasi oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 629-632. DOI 10.33087/jmas.v7i2.503
- Solikhah, M. (2023). *THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY, BRAND ASSOCIATION, BRAND LOYALTY AND PRICE ON DAIHATSU CAR BUYING DECISIONS (Case Study at Daihatsu Pemalang Car Dealership)*. 03(01), 286–292. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i01.536>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Penerbit Yogyakarta: Andi.
- Sumarwan. (2019). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Taber, K.S. (2017). *The Use Cronbach's Alpha when Deviloping and Reporting Research instruments in Science Education*. *Res sci educ*.doi.10.1007/s11165-016-960-2
- Uju, U.S., & Pawestri, R. (2023). Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek dan Pengaruhnya terhadap keputusan Pembelian Produk Kosmetik Viva di Daerah Istimewa Yogyakarta. *JOAEN: Jurnal of Academic and Enterpreneur*, 1(01).
- Ulfidatul, Y, H. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ms. Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura). *I(2)*, 115-120.
- Uliya, Z., Zulhadi, T., & Mahyarni, M. (2023). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen di Kota Bengkalis). *Money: Journal of Financial and Islamic Banking*, 1(2), 106-114.

- Umar, N. & Mukhdasir. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP KINERJA PENJUALAN PRODUK UMKM DI KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Sains Riset (JSR)*, 12(1), 139-153. DOI. 10.47647/jsr.v10i12
- Wahyudi, I. Nasution, F.Z., & Azzahra, V. (2022). Pengaruh Kebijakan Harga dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Laundry Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Mojokerto. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Wahyuningsih, D., Nurdin, Chandra, D.B., Manullang, R.R., & Zamhari (2024). *The Influence of Brand Association on Purchasing Decisions with Brand Ambassadors as a Moderating Variable. International journal of Economic Literature (INJOLE)*, 2(2), 395-403.
- Wibowo, J. F., Setyariningsih, E., & Utami, B. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hp Oppo (Studi Pada Konsumen Oppo Di Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(12), 3579–3592
- Wigati, V.A., & Sitinjak, T. J. R., (2024). Pengaruh Efektifitas Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 3(1), 1-12.
- Yohana, I., Yulasm, & Lusiana. (2022). Brand Awareness, Perceived Quality, Celebrity Endorser dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(3), 446–451. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptkv7i3.195>
- Yuniar, A.; Yohana, C. & Fidhyallah, N.F. (2021). Investigasi Peran Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone X. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(1), 459-469.
- ZUHDI, F. V. S. (n.d.). The Influence Of Brand Awareness and Brand Association On Purchasing Decision. A case study on Cinema XXI Botani Square Bogor. *Researchgate.Net*, 1–16.