

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Triyono & Dewi Noor. Pengaruh Word of Mouth, Healthy Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 3 Juni 2021. ISSN: 2721-2777.
- Aisyah Fitri Pasaribu & Purnama Ramadhani. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Pembeli di Market Place (Studi Kasus pada Aplikasi Shopee). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Vol 2, No. 1 2022.
- Alicia Sastra Millennium, I Wayan Suardana, dkk. Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA*, Vol. 9, No. 1 (2021). ISSN: 2338-8633.
- Andi A., & dkk. Pengaruh Celebrity Endorser Jovi Adhiguna terhadap Brand Awareness Street Boba. *Jurnal Manajemen*, Vol 8, No. 5 Oktober 2021. ISSN: 2355-9357.
- Andri Suseno & Franky Okto Bernando SE.,M.Ak. Pengaruh Digital Marketing, Citra Merek dan Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian Fashion Cressida. *Jurnal Ilmiah Informatika, Arsitektur dan Lingkungan (2019)*. ISSN: 2656-7059.
- Ayu Fandani Eri Agustin & Agus Maolana. Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota di Jepara Tahun 2020). *Jurnal Ilmu Terapan*, Vol. 6, No. 2 Agustus 2020. ISSN: 2442-5826.
- BOC Orenzi, (2022, Maret). *Digital Marketing Trend 2022 di Indonesia*. Dari <https://www.boc.web.id/digital-marketing-trend-2022-di-indonesia/> (Diakses pada 14 September 2022).
- Budi Setiawan, Celia Calesta Rabuani. Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1 Maret 2019. ISSN: 2656-7113.
- Dimas Pujana Mahendra & Rah Utami Nugraharani. Pengaruh Social Media Marketing Activities terhadap Brand Awareness Hearo di Instagram. *Jurnal Manajemen*, Vol 8, No. 3 2021. ISSN: 2355-9357.
- Dr. Drs. Ismail Nurdin, M.Si & Dra. Sri Hartati, M.Si. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Dr. Melati, S.E., M.Si. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Eko Nur Syahputro. (2022). *Melejitkan Pemasaran Umkm Melalui Media Sosial*. Gresik: Caremedia Communication.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz Fitriana, Derista Aurinawati. Pengaruh Digital Marketing pada Peningkatan Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, Vol. 3, No. 3 Juni 2020. ISSN: 2614-0462.*
- Fajar R., & dkk. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *Jurnal Global Perbankan dan Keuangan Islam, Vol 2, No. 2 2020. ISSN: 2684-8554.*
- Febby A. Sijoatmojo & Venny Soetedja. Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi pada Produk Merek “Keekho”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol 5, No. 6, Februari 2021.*
- Feren Felicia & Siti Meisyaroh. Efektivitas Word Of Mouth terhadap Brand Awareness “Batik Keris”. *Jurnal Komunikasi Bisnis, Vol 8, No. 1 Mei 2022. ISSN: 2355-5181.*
- Garnis I., & dkk. Penerapan Modul Kewirausahaan dalam Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Profitabilitas pada UMKM P4S Rumah D’Bawang di Kecamatan Seranau, Sampit. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 2 No. 1 2022. ISSN: 2807-8004.*
- Gaya Gaul, (2022, Mei). *Merek Kecantikan Lokal Kuasai Pasar Ecommerce Indonesia.* Dari <https://www.gayagaul.com/merek-kecantikan-lokal-kuasai-pasar-ecommerce-indonesia/> (Diakses pada 15 September 2022).
- Gede Wisnu & I Gusti Agung. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 7 (2020). ISSN: 2302-8912.*
- Heri P., & dkk. Pembuatan Video Promosi sebagai Strategi Digital Marketing Produk Bumdes. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian (SNHP) LPPM UPGRIS, Vol 2, No. 2 2021. ISSN: 978-623-6602-62-1.*
- Kiki Handiki & Ati Mustikasari. Pengaruh Word Of Mouth terhadap Brand Awareness pada PT Gumbira Wana Indonesia 2019. *Jurnal Ilmu Terapan, Vol 5, No. 2 Agustus 2019. ISSN: 2442-5826.*
- M. Mahruz Ali., dkk. Pengaruh Brand Image, Brand trust Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dettol Hand Sanitizer. *Jurnal Riset Manajemen, Vol. 10, No. 11 Agustus 2021.*
- Mulya N., & dkk. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Probiotik Yakult di Kalangan Mahasiswa STIE Muhammadiyah Bandung. *Jurnal Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi Rjviu, Vol 1, No. 2 September 2019.*
- Murtaza ZD & Bambang. Pengaruh Brand Awareness, Brand Love dan Brand Trust terhadap Purchase Decision Kopi Spesial Arabica UD. Kupi Pantan Raya Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol 5, No. 3 Juni 2022. ISSN: 2598-2893.*
- Natalia Junni., dkk. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8, No. 1 (2019). ISSN: 2655-206X.*
- Nur Romdlon Maslahul Adi, dkk. Pengaruh Word of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di ShopeeFood. *Jurnal Riset dan Konseptual, Vol. 7, No. 2 Mei 2022. ISSN: 2541-4224.*

- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Reni Ernawati., dkk. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Jurnal Analisis Manajemen Bisnis (BMAJ)*, Vol. 4, No. 2 Oktober 2021. ISSN: 2655-3813.
- Rudi Yacub & Wahyu Mustajab. Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) terhadap Brand Awareness pada Ecommerce. *Jurnal Manajerial*, Vol 12, No. 2 Juni 2020. ISSN: 2527-4570.
- Tessya C., & dkk. Analisis Kualitas Pelayanan di Kantik Maitreyawira Medan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. 7 No. 2 Juli 2022. ISSN: 2527-2772.
- Wulansari Winatadewi & Paramitha Aulia, M.Psi, Psikolog. Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Bukalapak di Bandung. *Jurnal Manajemen*, Vol 7, No. 2 Agustus 2020. ISSN: 2355-9357.
- Yudhy A., & dkk. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shopee. *Jurnal Konferensi Nasional Social Engineering Polmed*, Vol 2, No. 1 2021.
- 123dok, (2022). *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Melalui Word Of Mouth*. <https://123dok.com/article/mouth-pengaruh-citra-terhadap-keputusan-pembelian-nissan-livina.zwv7j1g7> (Diakses pada 2 Oktober 2022).