

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D., & Biel, A. L. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building*.
- Andriani, Deni. (2019). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi Sarjana. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Arianti, Nel dan Andira, Ari. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap keputusan pembelian produk helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*. Skripsi Sarjana.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Cahyani Khoiriyah, Sutrasmawati R. (2017). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wali Motor Demak*. Skripsi Sarjana. Universitas Negeri Semarang. *Management Analysis Journal*, Vol. 5 No. 4, 2016.
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). *Analisis Faktor-faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan*. *Prosiding Konferensi Nasional ke-8 APPPTMA*. 1-6.
- Edwina, Danica Elma. (2020). *Kesadaran Merek Dan Citra Merek Dalam Menentukan Loyalitas Merek Serta Implikasinya Pada Preferensi Merek (Suatu Survey Pada Konsumen Elzatta Di Pasar Baru, Bandung)*. Thesis, Univesitas Komputer Indonesia.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. *Jurnal Dosen UMSU*, 4(2), 76-87.
- 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.
- Handayani, D. (2010). *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- 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.

- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Krisnawati, D. (2016). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua*. Skripsi Sarjana. Universitas Krisnadwipayana.
- Nurvita, A. R., & Budiarti, A. (2019). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* e-ISSN: 2461-0593. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Sangadji, E. M., & Sopiha, (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behaviour*. New jersey: Eight Edition. Prentice Hall.
- Setiowati, Maria Heny. (2019). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Aldos Surabaya*. Skripsi Sarjana. Universitas Ciputra.
- Syamsiah, Siti Nur and Muttaqien, Fauzan dan Ato'illah, Mohammad. (2018). *Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko SJ Tempeh Lumajang*. *Journal of Organization and Business Management*, 1 (1). pp. 73-81. ISSN 2715-5579
- Timpal, N., Lapian, S. L. H. V. J., & Rate, P. V. (2016). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Attitude Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Siswa SMA dan SMK di Kota Manado)*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 308-317.
- Wilujeng, S. R., & Edwar, M. (2014). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2), 1-15.
- Yet, S. (2011). *Star Marketing For Everyone's Business*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

https://www.martinaberto.co.id/investor.php?page=investor_financial_highlights&lang=id (Diakses 19/03/2022)