

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Santoso, D., Erdiansyah, R., & Adi Pribadi, M. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286–290. <https://doi.org/10.24912/Pr.V2i2.3589>
- Agustini, A., Bakti, R., & Olinfia, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Iklan Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Gici Depok). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), Article 2.
- Azizah, S., & Wardhani, N. I. K. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Bukalapak Di Surabaya. *Costing : Journal Of Economic, Bussines And Accounting*, 7(1), 692–699. <https://doi.org/10.31539/Costing.V7i1.6321>
- Fazriyatna, W. (2020). Pengaruh Citra Merek, Atribut Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Mobil Daihatsu Xenia (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gozali, H. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Merchandise K-Pop Melalui E-Commerce (Studi Pada Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Kloss Surabaya) (Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/Jrmb.V4i3.291>
- Hardiana, C. D., & Kayadoe, F. R. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Starbucks Coffee Grand Wisata Bekasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 71
- Hasbun, B., & Ruswanty, E. (2016). Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan Dan Tidak Melihat Iklan Dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). In *Journal Of Business Studies* (Vol. 2, Issue 1).
- Indah, K., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Pt. Nusantara Sakti Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 113–122. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2019.22738>

- Italia, Islamuddin. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Merk Nokia Di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, (Vol. 2, No. 1).
- Kotler, Philip, Dan Keller, K.L. 2011 *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 Dan 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lestari, E. M., Farid Najib, M., & Senalajari, W. (2021). Pengaruh review influencer Terhadap Minat Beli Umkm Selama Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop And National Seminar*, 1022–1028.
- Maharani, L. R., & Soepatini. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Ms Glow (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta) [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. [Http://Eprints.Ums.Ac.Id/95814/](http://Eprints.Ums.Ac.Id/95814/)
- Pengaruh Harga, Kualitas, Brand Image Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Alat Elektronik Rumah Tangga Di Kecamatan Natal Kabupaten Mandailing Natal Dalam Konsep Ekonomi Islam | *Jovishe: Journal Of Visionary Sharia Economy*. (2023). [Https://Journal.Makwafoundation.Org/Index.Php/Jovishe/Article/View/168](https://Journal.Makwafoundation.Org/Index.Php/Jovishe/Article/View/168)
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., Alamsyah, F. A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Faturrohman, M. R. H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.38035/Jim.V1i4.116>
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.46576/Wdw.V17i1.2943>
- Royani, S. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Lexi Pada Hans Jaya Motor Sumedang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 2(1), 1181-1188.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1).
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 78–83. [Http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Jsmb78](http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Jsmb78)
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/Elmujtama.V1i2.853>

- Salsabiela, F. H., Listyorini, S., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Pemilihan Brand Ambassador Dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Kopi Lain Hati Wonosobo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3).
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal Of Business Administration (Jba)*, 1(1).
- Savitri, A. S., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra, Kredibilitas Dan Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make-Up Maybelline: Studi Kasus Tasya Farasya. *Proliga*, 3(1), 267–273.
- Setiawan, A. M., Purnomo, D., & Harnita, P. C. (2021). Analisis Pengaruh Promosi E-Commerce Di Youtube Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli: (Survei Eksplanatif Pada Shopee Versi 10.10 Brands Festival Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Salatiga). *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 10(1), 55–80. Retrieved From <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/4774>
- Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari –April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. In *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 5).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (2nd Ed.). Cv. Alfabeta.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), Article 4. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>