

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, S., Arina, N., Pua, C., Putu, N., Eka, S., Philippus, A., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Amruddin, Priyanda, R., & Siwi, T. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati, Ed.). CV. Pradina Pustaka Grup.
- Anhar, Azra, N., Hazlin, A., Simanjuntak, A., & Nurbidayah, D. (2024). *INTERAKSI MEDIA SOSIAL DAN MINAT BACA DI KALANGAN GEN Z*. *Indo-Mathedu Intellectuals Journal*, 5(5), 6241–6248.
- APJII, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Diakses Oktober 2024)
- APJII. (2024, Februari 24). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved From APJII: <https://Apjii.Or.Id/Berita/D/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-221-Juta-Orang>
- Astuti, E. W. (2024). *Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Le Minerale Di Jawa Tengah)*. Magelang: Universitas Tidar.
- Aubrey Gesmundo, M. G., Dave Jordan, M. S., Hansei Meridor, W. D., Vien Muyot, D. C., Caroline Castano, M. N., & Jocelyn Bandojo, A. P. (2022). *Journal Of Business And Management Studies Tiktok As A Platform For Marketing Campaigns: The Effect Of Brand Awareness And Brand Recall On The Purchase Intentions Of Millennials*. *Journal Of Business And Management Studies*, 2018, 343–361. <https://doi.org/10.32996/jbms>
- Devani Nur'khalisha, & Kusumawardhani, A. (2024). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. *Diponegoro Journal Of Management*, 10(2024), 1–12.
- Eka Putri, D., Et Al. (2019). *Brand Marketing. In Sustainability (Switzerland) (Vol. 11, Issue 1)*. Widina Bhakti Persada.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*. August, 1–337.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. June.
- Fitriani, T. N., Kurniawan, B., & Goeltom, H. C. (2023). *Pengaruh Brand Trust, Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 968–977.

- Hadi, M. Z., & Keni, K. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention Pada Produk Kecantikan Ramah Lingkungan*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 254–259.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian (Konsep Dasar Dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis)*. In *PT Inkubator Penulis Indonesia* (Vol. 11, Issue 1).
- Hasan, G., & Elviana. (2023). *Effect Of Brand Image, Celebrity Endorsement, EWOM, Brand Awareness And Social Media Communication On Purchase Intention With Brand Trust As A Mediation Variable On Smartphone Users In Batam City* *Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorsement, EWOM, Brand Aw. Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 606–615.
[Http://Journal.Yrpioku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpioku.Com/Index.Php/Msej)
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Provider Telkomsel Di Surabaya*. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1684–1697. <https://doi.org/10.47467/Reslaj.V4i6.1206>
- Leislee, J., & Nawawi, M. T. (2024). *Pengaruh Brand Trust, Brand Awareness, Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Produk Private Label Jakarta (Studi Kasus Pada Indomaret)*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(3), 619–627.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif (Cetakan ke-3)*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mufarida, H. A. (2019). *Pengertian Perilaku Konsumsi*. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 53(1), 226–235.
[Http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-palima1b8ff86b22full.pdf](http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-palima1b8ff86b22full.pdf)
- Nurjanah, L., & Jerico, J. (2022). *SEIKO : Journal Of Management & Business Analisa Dampak Berbagai Faktor Brand Trust Dan Purchase Intention Di E-Commerce Pada Igen*. *SEIKO : Journal Of Management & Business*, 4(3), 539–553. <https://doi.org/10.37531/Sejaman.V4i3.2718>
- Pangestoe, J., & Purwianti, L. (2022). *Analisa Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser, Attitude, Trust, Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Pada Fashion Sportwear Di Kota Batam*. *SEIKO: Journal Of Management & Business*, 5(1), 137–155.
- PT Telekomunikasi Selular. (2022). *by.U itu apa sih dan apa arti nama by.U itu apa?*. Di akses pada tanggal 20 Februari 2025 Pukul 15.40 WIB, https://www.byu.id/id/faq-detail/apa-itu-by.U?utm_source=chatgpt.com

- PT Telekomunikasi Selular. (2025). *Telkomsel Luncurkan by.U, Layanan Selular Prabayar Digital End to end Pertama di Indonesia*. Di akses pada tanggal 20 Februari 2025 Pukul 15.30 WIB, https://www.telkomsel.com/about-us/news/telkomsel-luncurkan-byu-layanan-selular-prabayar-digital-end-end-pertama-di-indonesia?utm_source=chatgpt.com
- Rainer, P. (2024). *Inilah Provider Internet Tercepat Kuartal IV 2024, Adakah Providermu?* Retrieved From Goodstats: <https://Goodstats.Id/Article/Inilah-Provider-Internet-Tercepat-Kuartal-Iv-2024-Adakah-Providermu-Qdi6y>
- Rizzato, F. (2021). *Amid Rising Competition, Indonesian Mobile Operators Need To Focus On Retaining Their High-Value Users*. Retrieved From Open Signal: <https://www.opensignal.com/2021/12/21/Amid-Rising-Competition-Indonesian-Mobile-Operators-Need-To-Focus-On-Retaining-Their-High-Value>
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). *Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca COVID-19 Di Malang Raya*. *Inspirasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(2), 721–730.
- Satriadi, S., Wanawir, H., Hendrayani, E., & Leonita, S. (2021). *Manajemen Pemasaran (M. Suardi, Ed.)*. Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sugiyono, (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supriyatna, Y. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon)*. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 36–50. <https://doi.org/10.30656/Sm.V6i1.2097>
- Surabaya, B. (2024). *Proyeksi Penduduk Kota Surabaya (Jiwa), 2020*. Retrieved From BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Surabaya: <https://surabayakota.bps.go.id/id/statistics-table/2/mtk3izi=/Proyeksi-Penduduk-Kota-Surabaya.html>
- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa Di Surabaya)*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Syarifuddin, & Ibnu, A. S. (2022). *Page 1 of 129 (S. Al Saudi (ed.)). Bobby Digital Center*. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU METODE RISET PRAKTIS.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU%20METODE%20RISET%20PRAKTIS.pdf)
- Wibowo, D. G. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor Di Dealer Tunas Jaya Motor Magelang)*. Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang.

- Wityanisa, L., Irianto, H., & Adi, R. K. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair UHT Indomilk Di Swalayan Kota Surakarta*. *Agrista*, 10(1), 1–11.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.