

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Adam, R., Setiawan, H., & Nugroho, A. (2023). *Digital marketing strategies in modern business era*. *Journal of Marketing Studies*, 12(1), 45-60.
- Adriyanto, H., & Subakti, A. G. (2023). *Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian (studi kasus di restoran Casa de Peri Jakarta Selatan)*. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i1.55476>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andrianti, B., & Oetardjo, M. (2022). *The influence of digital marketing, brand awareness, and word of mouth on purchase decisions*. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 16, 10.21070/ijler.v16i0.808. <https://doi.org/10.21070/ijler.v16i0.808>
- Anggreini, R. D., & Suparwati. (2019). *Pengaruh media sosial dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online di Adorable Projects Cimahi Jawa Barat*. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 9(2), 123–130. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1974>
- Anugrah, V. J., & Susanti, E. D. (2021). *Strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM*. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 11(1), 42–47. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/4903>
- Arashidani, A. M., & Ekawati, N. W. (2024). *Peran brand awareness memediasi pengaruh social media marketing terhadap purchase intention produk Twissterdog di Denpasar*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(7), 1362–1371. <https://doi.org/10.24843/EEB.2024.v13.i07.p07>
- Arashidani, N., & Ekawati, R. (2024). *The role of brand awareness in strengthening social media marketing effectiveness on purchase intention: A study on Twissterdog Denpasar*. *Journal of Business and Digital Marketing*, 9(2), 120-135.

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Durianto, D. (2016). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiputri, R., Isyanti, H., & Sumarni, S. (2024). *The impact of brand awareness on consumer purchase decisions in retail business*. Indonesian Journal of Business Research, 15(1), 75-89.
- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). *Pengaruh digital marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada produk Kofieboy*. Jurnal Mahasiswa Humanis, 4(2), 488-500.
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)*. J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains), 8(1), 762-766. <https://www.researchgate.net/publication/371155521>
- Elyas, R., & Handayani, W. (2020). *Statistical process control (SPC) untuk pengendalian kualitas produk mebel di UD. Ihtiar Jaya*. Bisma: Jurnal Manajemen, 6(1), 50-53. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/24415>
- Endarwantika, K. K., Misbach, N. A., & Anwar, M. (2022). *Penerapan digital marketing dalam UMKM Tanggulangin guna meningkatkan citra usaha CV. Prima Leather*. KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 222-227. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/213
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error*. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
- Giovani, R.R., & Purwanto, S. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik*. Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen, 11(1), 10-17. <https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v11i1.2410>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.

- Haudi, et al. (2022). *The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty*. International Journal of Data and Network Science, 6(3), 931–938. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.001>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling*. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hidayatullah, A. A., Fadhillah, M., & Hutami, L. T. H. (2023). *The influence of influencer marketing and social media marketing on purchase decisions with brand awareness as an intervening variable for TikTok Shop in Generation Z*. Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting, 5(6), 3667–3682. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i6.3667>
- Jannah, M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2021). *Pengaruh flash sale, diskon, dan subsidi gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee*. Jurnal Bisnis Indonesia, 10(13), 78–85. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/3446>
- Jayanti, A., & Werdiasih, S. (2021). *Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian di platform e-commerce*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 9(2), 143-156.
- Juwita, I. W. (2023). *Pengaruh store atmosphere, viral marketing, dan physical evidence terhadap minat beli konsumen pada Café Om Kopi di Kota Malang (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen UNISMA Angkatan 2019)*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 12(1), 1–10.
- Keller, K. L. (1993). *Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity*. Journal of Marketing, 57(1), 1–22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing management: Digital transformation era* (16th ed.). Pearson Education.
- Kristanto, H., & Pudjoprastyono, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional*

- “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(02), 11–19.
<https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.462>
- Lady, & Sebayang, B. (2024). Pengaruh reliability, tangible, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap customer loyalty yang dimediasi customer satisfaction pada pemilik kendaraan bermotor. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). *A model for predictive measurements of advertising effectiveness*. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62. <https://doi.org/10.1177/002224296102500609>
- Leisember, E., & Andarini, S. (2019). *Pengaruh brand characteristic dan positioning produk terhadap keputusan pembelian ulang kosmetik Wardah*. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 9(2), 45–52. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1574>
- Maghfirotika, A., & Nurhadi, N. (2024). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek (Studi pada Mahasiswa di UPN Veteran Jawa Timur)*. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(6). <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/4135>
- Maharani, F. J., & Nur, D. I. (2023). *Implementasi branding serta sosial media marketing melalui Instagram pada UMKM Pawon Wenak Kelurahan Medokan Ayu Surabaya*. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 147–158. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.328>
- Moha, A., & Loindong, A. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan brand awareness sebagai variabel mediasi*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 45-60.
- Mulyansyah, D., & Sulistyowati, A. (2020). *The role of social media platforms in digital marketing strategy*. *Journal of Digital Commerce*, 7(2), 33-48.
- 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*.
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). *Pengaruh beauty influencer dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk facial wash Garnier di Surabaya*. *Scientific Journal of Reflection: Economic*,

- Accounting, Management and Business, 5(3), 764–772.
<https://doi.org/10.32503/sjref.v5i3.2022>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. Journal of Retailing, 62(1), 12–40.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2005.01.002>
- Pasaribu, P., & Purba, M. (2020). *Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian di ritel modern*. Jurnal Manajemen Strategis, 12(1), 78-92.
- Prasetyaningtyas, S. W., Komajaya, E. P., & Soesilo, T. (2022). *Does social media content affect purchase intention in Indonesia's apparel industry?*. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (JPEB), 10(2), 137–149. <https://doi.org/10.21009/JPEB.010.2.4>
- Prasetyo, D., & Lestari, E. (2023). *Peran elemen tangibles dalam menarik minat konsumen di minimarket kampus*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 21(2), 123–135.
- Prawira, B. D., & Arif, M. E. (2024). *Pengaruh word of mouth, brand awareness, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen, 3(1), 25–34.
<https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.03>
- Prayogo, E. F., & Yoestini. (2022). *Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian dengan brand awareness sebagai variabel mediasi pada PSIS Store*. Diponegoro Journal of Management, 11(6), 1. <https://doi.org/10.14710/djom.11.6.2022.1-11>
- Purwatiningsih, R., & Sopyian, I. (2023). *Pengaruh digital marketing, kepuasan pelanggan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil listrik di Indonesia*. SEIKO: Journal of Management, 6(1), 122-140.
- Putra, M. F. H., & Kusuma, Y. B. (2023). *Promosi Online dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Aplikasi Grab (Studi Kasus Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)*. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ), 4(4), 4350–4357.
<https://journal.yrpiuku.com/index.php/msej/article/view/2679>
- Rahman, A., et al. (2022). *Digital marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 10(2), 234-248.

- Ramadhani, A., & Sari, D. (2022). *Pengaruh tampilan fisik toko dan penataan produk terhadap keputusan pembelian di toko ritel modern*. Jurnal Riset Pemasaran, 15(1), 45–59.
- Rizal, M. (2023). *Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian pada industri makanan dan minuman*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(3), 189-204
- Santosa, A. (2019). *Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di industri ritel*. Jurnal Manajemen Retail, 7(1), 99-112.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). *Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian*. E-Jurnal Manajemen, 9(7), 2596-2620.
- Saputra, M., & Ardani, I. G. (2020). *Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 9(6). https://www.researchgate.net/publication/343822909_PENGARUH_DIGITAL_MARKETING_WORD_OF_MOUTH_DAN_KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
- Saputra, R., & Ardani, T. (2020). *The impact of digital marketing and word of mouth on purchase decisions in retail industry*. Journal of Marketing & Consumer Research, 11(2), 67-82.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach*. John Wiley & Sons.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13th ed.)*. Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharyat, T. (2022). *Metode penelitian bisnis*. Pustaka Setia.
- Syahidah, A. (2021). *Digital marketing as an effective promotional strategy in the modern era*. Journal of Marketing and Communication, 9(1), 45-59.

- Tjaya, S. J., & Iskandar, H. (2023). *Analisis pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Saung Ibu Tangerang*. Jurnal Ilmiah Global Education, 4(4), 2371–2379. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1312>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Andi Publisher.
- Tondy, A., & Suprpto, D. (2024). *The influence of service quality and promotion on purchase decisions in e-commerce platforms*. Journal of Business Innovation, 8(2), 105-120.
- Tonibun, R., et al. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan brand awareness sebagai variabel mediasi*. Jurnal Ekonomi dan Pemasaran, 5(2), 98-110.
- Wahyu, W., & Asas, I. (2024). *Revealing the role of service quality and brand awareness in shaping customer satisfaction mobile banking users through excellent service*. Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis, 7(1), 7–17. <https://doi.org/10.21009/JDMB.07.1.7>
- Wijaya, B. S. G. (2021). *Pengaruh e-service quality terhadap brand awareness pada pelanggan e-commerce di Indonesia*. Jurnal Pemasaran Digital, 4(1), 77-90.
- Wijayanti, A. R., & Nur, D. I. (2023). *Penerapan branding dan digital marketing guna pengembangan UMKM Kelurahan Klampok Kota Blitar*. Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 10–17. <https://jurnal.minartis.com/index.php/jpmittc/article/view/989/873>
- Wullur, R., & Djawoto, M. (2020). *Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian pada konsumen industri kreatif*. Jurnal Manajemen dan Inovasi, 8(3), 65-80.
- Yanto, R. (2023). *Pengaruh digital marketing terhadap brand awareness pada perusahaan ritel*. Jurnal Bisnis dan Teknologi, 11(2), 155-170.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). *The behavioral consequences of service quality*. Journal of Marketing, 60(2), 31-46.