

DAFTAR PUSTAKA

- Affif, M. (2019). Pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan bagian packing produk minuman PT. singa mas pandaan. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 104–125.
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di pt. jasaraharja putra cabang Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1).
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2020). Pengaruh brand awareness, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(6), 473–483.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Ariadi, A., Yusniar, M. W., & Rifani, A. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND LOYALTY, PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(3), 252–268.
- Ariani, F., & Prinoya, R. W. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee di Sumatera Barat). *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review*, 3(1), 47–56.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Bek, M. H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Sampoerna Mild (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(1).
- Cahyono, Y., Suryani, P., & Elvandari, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Vista Bangun Propertindo. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(1b), 103–126.

- Chen, S. (2022). Pengaruh Influencer Kecantikan Dan Citra Merek Terhadap Minat Membeli. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(2), 18–32.
- Galih Ayu Palupi. (2022). *Shopee Masih Jadi E-Commerce Pilihan Utama Masyarakat Indonesia*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/jakpat-shopee-masih-rajai-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-tahun-2022-scYdn>
- Hia, Y. D. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Pc Tablet Samsung Galaxi di Kota Padang. *Economica: Journal of Economic and Economic Education*, 2(2), 106–115.
- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319–324.
- Lumba, M. G. (2019). Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Price Pada Pembeli Iphone Di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 1(1), 139–152.
- Muslim, R. A., Wardani, N. H., & Wijoyo, S. H. (2019). Analisis pengaruh pemasaran melalui media sosial terhadap loyalitas merek pada Instagram tomoo steak. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(8), 7515–7523.
- Nadiansyah, F. S., Indrawan, R., & Almujab, S. (2022). Analisis Strategi Promosi E-Commerce Shopee Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 6(1), 62–71.
- Orlando, D. (2015). Analisa pengaruh brand image dan brand awareness terhadap purchase intention Kawasaki Ninja 250Fi. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9.
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Customade (studi di merek dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Prawiyogi Giri Anggy. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*.

- Purwanti, A., & Wahdiniwaty, R. (2017). Analisis kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kewajaran harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada cinderella school of english for children di bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3.
- Putri, S., & Deniza, M. (2018). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHICKEN NUGGET FIESTA DI KOTA PADANG. *Jurnal Agrica*.
- Rahmi, S., & Amalia, R. (2018). Pengaruh E-WoM terhadap citra perusahaan dan dampaknya terhadap niat beli konsumen pada situs online Shopee. Id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75–84.
- Ramayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116.
- Rini, M. (n.d.). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP CUSTOMER BRAND LOYALTY PADA PRODUK JIMSHONEY DI KEBUMEN. *Jurnal Maya*. Retrieved July 3, 2024, from <http://eprints.universitaspurtribangsa.ac.id/id/eprint/1164/1/JURNAL%20MAYA%20S%20R%20pdf.pdf>
- Rosdiani, N., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh Derivatif Keuangan, Konservatisme Akuntansi dan Intensitas Aset Tetap terhadap Penghindaran Pajak. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 1(2), 131–143.
- Saputra, R. Y. B., & Lusiana, A. (2023). Pengaruh Brand Loyalty, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 6(2), 71–82.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37–48.
- Sasambe, G., Massie, J. D. D., & Rogi, M. (2023). PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI FRESHMART SUPERSTORE BAHU MANADO TERKAIT PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN DALAM PENCEGAHAN COVID19 (STUDI PADA KONSUMEN FRESHMART SUPERSTORE BAHU MANADO). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 186–195.

- Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 53–60.
- Sholihat Apriwati. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie. *Jurusan Ilmu Komunikasi ± Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Simangunsong, E. (2018). Generation-z buying behaviour in Indonesia: Opportunities for retail businesses. *MLX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 243–253.
- Stephanus Felix Aristo. (2016). PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WOLES CHIPS. *Jurnal Performa*.
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Utami, A. R., & Yohana, I. (2023). PERAN PROMOSI DAN KESADARAN MEREK DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE “ALADINMALL.” *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 138–152.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Wulandari, T. (2017). *Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta*.
- Yahya, M. Z., & Sukandi, P. (2022). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 20(1), 623–635.