

DAFTAR PUSTAKA

- Rambat, L. (2016). *Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa*.
- CNN Indonesia. (2022). *Jejak Startup di Indonesia: Dari Booming Sampai Mulai 'Gugur'*.
- Deskimo. (2023). *Tech Winter : Pengertian, Penyebab, dan Cara Menghadapinya*.
- Schiffman & Kanuk. (2008). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biore Men di Kota Semarang*.
- Kotler & Armstrong (2018) yang dikutip oleh Ernawati (2021). *Analisis Pengaruh Promosi Terhadap keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta*.
- Yusuf, (2021) yang dikutip oleh Aprilia, *et.al*, (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung*.
- Tanady & Fuad, (2020) yang dikutip oleh Ernawati, (2021). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta*.
- Mahuda (2018). *Pengaruh Brand Personality dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian*.
- Tsordia, C., Papadimitriou, D., & Apostolopoulou, A. (2018). *Building a sponsor's equity through brand personality: Perceptions of fans And rivals. Sport, Business and Management: An International Journal*, 8(5), 454–468.
- Cho & Auger, (2018) yang dikutip oleh Febrian, (2021). *Pengaruh Brand Personality, Brand Experience, dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Love Sebagai Variabel Intervening*.
- Siregar, (2015) yang dikutip oleh Mahuda, (2018). *Pengaruh Brand Siregar, (2015) yang dikutip oleh Mahuda, (2018). Pengaruh Brand Kasus Butik*

Meccanism).

- Menurut Aaker, (1997) dalam Kasman & Amirulmukminin, (2021). Pengaruh *Brand Personality* terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Busana Az-zahra Kabupaten Bima.
- Chaudhuri dan Holbrook Dalam Rahmawati, *et.al*, (2022). Pengaruh *Brand Characteristic* terhadap *Brand Loyalty* Dimesiasi oleh *Brand Trust* dan *Brand Affect*.
- Adhari dalam Hartanti (2022). Pengaruh Brand Trust dan Promosi Penjualan terhadap Niat Beli ulang pada Marketplace Tokopedia.
- Lau dan Lee dalam Mirzha, *et.al*, (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek terhadap Loyalitas Merek (Survey pada Warga Kelurahan Penanggung Konsumen produk Aqua di Kota Malang).
- Kertajaya dalam jurnal Senen Abdi Santoso (2021). Pengaruh *Promotion Mix* dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pelanggan IndiHome di Wilayah Ciputat.
- Arief, *et.al* (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap LoyalitasMerek.
- Lau dan Lee dalam Muchlisin (2020). Pengaruh *Brand Equity* terhadap Lau dan Lee dalam Muchlisin (2020). Pengaruh *Brand Equity* terhadap sebagai Variabel Moderasi Pada Konsumen McDonalds.
- Ika dan Kustini dalam Muchlisin (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ika* dan Kustini dalam Muchlisin (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Satisfaction* sebagai variabel *Intervning*.
- Mowen dan Minor dalam Muchlisin (2020). Brand Trust,(Pengertian, Indikator,

Dimensi, dan Faktor yang Mempengaruhi).

Wibawa & Riyanto dalam Gita *et.al.* (2021). Dewatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting. Vol 1 Nomor 2.

Adiel (2016). Perancangan Branding Fashion Label Affairs.

Schultz dan Barnes yang dikutip Rahmadiansyah, *et.al.* (2023). Strategi Branding Tiket.com dalam meningkatkan Citra Melalui Media Sosial Instagram.

Jobs yang dikutip oleh Hamdan, (2016) Kemampuan Presentasi dalam Memasarkan Produk Usaha.

bernathy and Reardon yang dikutip oleh Hamdan, (2016). Kemampuan Presentasi dalam Memasarkan Produk Usaha.

Chase dalam Hamdan and Ratnasari (2021). Kemampuan Presentasi dalam Memasarkan Produk Usaha.

National Association of Sales Professionals (2023). How to Give an Effective Sales Presentation.

Vieira, *et.al.*, dalam Buulolo and Susanto, (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap peningkatan Volume Penjualan Pada UD. Netral di Bawo'otalua Kecamatan Lahusa kabupaten Nias Selatan.

Rangaswamy, et al., (2020). *The Role of Marketing in Digital Business Platforms.*

Sihombing yang dikutip oleh Juwari, (2022). Analisa Profit Growth Perusahaan sub Sektor Food and Beverage.

Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony, (2017), Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Husnawati (2017). Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda, Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.
- Nainggola, (2020). Perilaku Konsumen di Era Digital.
- Aditya Krisna (2021) “Riset Populer Pemasaran Jilid 1” (Bandung:Media Sains Indonesia) .hlm.37, (n.d.).
- Bafadhal samira Aniesa. (2020). Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan.
- Mangkunegara. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.
- Firmansyah, (2019). Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Tranady, E.S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. Jurnal Manajemen, 9(2).
- Yusuf yang dikutip oleh Aprilia, *et.al*, (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung.
- Muharam & Soliha, (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio.

Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Miati, (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay, (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar).

Junaidi & Mirasanti yang dikutip oleh Auditya, (2022). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah dan Dana Alokasi Umum terhadap Anggaran Bealanja Modal di Provinsi Sulawesi Utara.

Pridana and Sunarsi, (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Lembaga Penelitian Unpas.

Amin, (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian.

Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, dalam Septiyani and Ratifah, (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Profitabilitas, (Studi Empiris pada Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018 – 2022).

Dekanawati, (2023). Jurnal Sains dan Teknologi Maritim. Vol 23, No 2.

Ghozali and Imam, (2018). Aplikasi *Analisis Multivariate* dengan Program Ghozali and Imam, (2018). Aplikasi *Analisis Multivariate* dengan Program

Ghozali yang dikutip oleh Pratiwi, (2021). *Perceived Organization Support Terhadap Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan*.

Sugiyonoyang dikutip oleh Asnain, *et.al*, (2020). Pengaruh *Brand Image, Brand Awareness dan Product Quality* terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus, (Studi Pada Konsumen Laptop merek Asus di Plasa Simpang Lima Semarang).