

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2018). *Manajemen ekuitas merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Agustina, V. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk HPL Skylam (Studi Kasus pada Konsumen PT. Anugrah Cipta Interindo). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 4(2), 295–306. <https://doi.org/10.33752/bima.v4i2.369>
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Marketing An Introduction*. America: Pearson.
- Anita, T. L. (2019). *THE EFFECT OF BRAND AWARENESS , BRAND IMAGE , AND MEDIA COMMUNICATION ON PURCHASE DECISION IN THE CONTEXT OF URBAN AREA RESTAURANT*. 7(November), 40–50.
- Apriastuti, N. M. D., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2016). Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70.
- Ariani, F., & Prinoya, R. W. (2022). 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. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v3i1.75>
- Ariza, R., Putra, B., Wijayanto, H., & Sumarsono, H. (2022). *Pengaruh Word of Mouth (WOM) , Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD Sri Mulyo Agung)*. 6(1), 115–127.
- Asyuti, R., & Astuti, L. W. (2021). *Pengaruh Keamanan Produk , Digital Marketing SERAMBI dan Motivasi Terhadap Omset Penjualan*. 3(3), 131–142.
- Chinho, L., Wu, Y. S., & Chen, J.-C. V. (2013). *Electronic Word-Of-Mouth: The Moderating Roles Of Product Involvement And Brand Image*. *International Conference on Technology Innovation and Industrial Management* (edisi 31-3). Phuket: Thailand.
- Farohi, M. I. (2017). Pengaruh Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Site (Studi Pada Buyer Toko Online Lazada. co. id di Kota Semarang). *Universitas Negeri Semarang*, 1–86. <https://doi.org/http://lib.unnes.ac.id/30722/1/7311413217.pdf>
- Gima Sugiana dan Emmanuel Febiano. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen*

Maranatha., Volume 17.,

- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *No Title Marketing Management (15th Editi)*. Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip., dan G. A. (2019). *Principles of Marketing, 14th Ed.* Prentice Hall, Jakarta.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV. Al Fath Zumar.
- Larasati, A. (2019). Pengaruh Pencampuran Tepung Daun Pegagan (*Centella asiatica*) pada Bakpao Ditinjau Sifat Fisik, Organoleptik, dan Aktifitas Antioksidan. *Poltekkes Kemenkes Yogyakarta*.
- Limakrisna, N. dan P. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia (jilid 2)*. Mitra Wacana Media.
- Lukiyana, L., & Rosiva, R. (2022). The Influence of Electronic Word of Mouth (eWOM) and Product Quality on Buyer Decisions of MSME Angkringan Moderated Trust. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 12939–12947.
- Malonda, N. S. H., Dinarti, L. K., & Pangastuti, R. (2015). Pola makan dan konsumsi alkohol sebagai faktor risiko hipertensi pada lansia. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 8(4), 202. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/ijcn.18219>
- Meutia, S., Utami, N., Rahmawati, S., & Himayani, R. (2021). Sistem Saraf Pusat dan Perifer. *Medical Profession Journal of Lampung*, 11(2), 306–311.
- Nismawati, Sjahril Rizalinda, A. R. (2018). Deteksi Methicillin Resistent *Staphylococcus Aureus* (MRSA) Pada pasien Rumah Sakit Universitas Hasanuddin Dengan Metode Kultur. *UIN Alauddin Makassa*.
- Nukman Nador, Nur Hidayati, dan M. R. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN KEAMANAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pasar Tradisional Madyopuro Kota Malang)*. 89–101.
- Paramansyah, A., Ghulam, D. M., & Ernawati, E. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2(1), 88–107. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v2i1.77>
- Prastuti, D. I., & Karyanti, Y. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta api Daring. 13(3), 176–184. <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v13i3.7071>

- Ramadhani, H.S., Jumhur, H.M. and Dharmoputra, S. (2019). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty (studi Kasus: Followers Pada Instagram Lazada. co. Id). *eProceedings of Management*, 6(2).
- Risaka Fitrianiingsih, Fatma, Ramdhan Kasim, dan K. M. N. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Peredaran Kosmetik Ilegal. *Universitas Gorontalo*.
- Setiawan, P. Y., dan Mahaputra, D. G. K. (2019). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No.
- Situmorang. (2019). *Data Penelitian; Menggunakan Program SPSS*. Medan: USU Press.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam meningkatkan Loyalias Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Tjiptono Fandy. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi.
- Yulianti (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.