

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5(2).
- Afandi, P. (2014). Brand Association Pada Suatu Produk. *Among Makarti*, 6(2).
- Agustina, S. (2011). Manajemen pemasaran.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis pengaruh label halal, brand dan harga terhadap keputusan pembelian di Kota Medan. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118-141.
- Alvarez, D. M., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (studi Di Lakukan Pada Konsumen Produk Eiger Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(3).
- Andriani, M. (2018). Faktor pembentuk brand loyalty: peran self concept connection, brand love, brand trust dan brand image (telaah pada merek h&m di kota dki jakarta). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 157-168.
- Andrologi, F., & SUGIARTO, Y. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty dan Dampaknya Terhadap Brand Equity* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Arivetullatif, A. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY DAN BRAND ASSOCIATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SMARTPHONE SAMSUNG (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA PADANG). *Ensiklopedia Sosial Review*, 1(2).
- Ariyan, H. (2013). Pengaruh brand awareness dan kepercayaan konsumen atas merek terhadap keputusan pembelian ulang minuman Aqua di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2(01).
- Bastian, D. A. (2014). Analisa pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) ades pt. ades alfindo putra setia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Batang, B. K. (2011). C. Populasi dan sampel penelitian.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22-38.
- Ghozali, I. 2018. Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS (Edisi 9), Yogyakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hadi, P., & Sumarto, S. (2012). Pentingnya Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 9-18.
- Halim, B. C. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-11.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37-43.

- Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176-185.
- Khasanah, I. (2013). Analisis pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mie instan sedaap di Semarang. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 4(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Kusuma, N. B. A. P., & Miartana, I. P. (2018). Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Association Brand Preference dan Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 100-119.
- Lumba, M. G. (2019). Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Price Pada Pembeli Iphone Di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Martjiono, R., Santoso, S. P., Aprillia, A., & Remiasa, M. (2016). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kakkk, Ayam Geprek!!!. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(2), 484-494.
- Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. S. (2014). Analisis pengaruh brand image dan celebrity endorsment terhadap keputusan pembelian produk shampo Head and Shoulders di 24 mart Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal kebangsaan*, 2(4).
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen terhadap produk naget deliccy. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(2), 162-170.
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh brand awareness dan brand loyalty terhadap keputusan pembelian produk chicken nugget fiesta di kota padang. *Jurnal agrica*, 11(2), 70-78.
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89-98.
- Razak, M. (2016). Perilaku konsumen.
- Ridwan, L. M., Solihat, A., & Trijumansyah, A. (2018). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok. *Jurnal Pariwisata*, 5(1), 68-82.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk minat pembelian ulang pada pelanggan shopee. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425-444.
- Selang, C. A. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Sari, N., & Santika, I. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Association, Dan Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek Asus. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 254093.

- Shabastian, M. (2013). Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Steven, S., & Rina, A. F. R. S. F. (2019). Pengaruh Promosi Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal Ekonomi Integra*, 9(1), 053-079.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitain Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Supriyanto M, Ta'ali M. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Menginap di *THE SUN HOTEL MADIUN*. Epicheirisi. Volume 2 Nomor 1.
- Syamsudin, M. S. (2020). *Pengaruh brand awareness, brand image, dan brand loyalty terhadap keputusan pembelian merchandise di Persebaya Store: studi kasus konsumen di Waru Kab. Sidoarjo* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Utami, I. W. (2017). Perilaku konsumen. *Surakarta: CV Pustaka bengawan*.
- 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).
- Widodo, S. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *JEpa*, 4(1), 84-90.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 1(1).
- Yunita, E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa di Beatcom Laptop Lumajang.