

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. 2017. Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek. Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta. Spektrum Mitra Utama.
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Afandi, P. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Aksara, Jakarta.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2017). Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications 10th Edition (10th ed., Vol 1, Issue 1) Cengage Learning
- Arikunto.(2017). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : PT.Rineka Cipta
- Cahyani, Khoiriyah Indra dan Endang Sutrasmawati. 2016. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Management Analysis Journal.ISSN:2252-6552
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. Prosiding Konferensi Nasional Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah Aisyiah.
- Faroh, W. N., & Junaidi, D. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018 (Vol.2).
- Firmansyah. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali , I., & Latan , H. (2015). Partial Least Squares konsep teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang

- Hair et. al., (2014). a primer on partial least squares structural equation modeling (PLS- SEM).
- Handoko 2017 Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi Jakarta Bumi Aksara.
- Hasan, M. (2012). PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini). Jogjakarta : Diva Press
- Hasibuan, Malayu S.P 2016, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Keduapuluh, PT Bumi
- Husein Umar. 2013. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali
- Ichsan Satya. 2017. Pengaruh Time Budget Persure, Kompetensi dan Independensi Terhadap Kualitas Audit dengan Etika Profesi sebagai Variabel Moderasi. Jom Fekon, Vol.4 No.1.
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295.
- Indra Nurrahman, R. D. (2016). Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Smartphone Nokia Series X di Bec Bandung). *Journal of Business Management Education*, 56-65.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. Unitomo Press. Integrated Marketing Communications 10th Edition (10th ed., Vol. 1, Issue 1). Cengage *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 11-20.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., Keller, K (2017). Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Edisi ke 12 Mahasiswa Jilid I. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Krisnawati, Devi. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 4. No. 1.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *JURNAL ABIWARA* 1(2) 3, 71-83.
- Musfar, T. F. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Ni Luh Gde Sari Dewi Astuti, I. G. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. *E- JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 897-910.
- Nyoman Suardhita, A. R. (2019). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BEDAK MEREK WARDAH.
- Pahlevi, Reza. (2022). Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Bank Digital Jenius Tertinggi di Indonesia. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/18/jumlah-penggunaaktif-bulanan-bank-digital-jenius-tertinggi-diindonesia#:~:text=Pada%202021%2C%20jumlah%20pengguna%20aktif,mencapai%202%2C34%20juta%20pengguna>. Diakses 19 Januari 2022. Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta : P Gramedia Pustaka.
- Pradana, Dedhy, dkk. 2017. "Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor". *KINERJA*, Volume 14, Nomor 1
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 8126-8137.
- Saleh. (2022). *Ekonometrika Suatu Pengantar*. (Tahta Media Group)
- Sugiyarti. (2018). Pengaruh Self-Efficacy Guru Terhadap Keberhasilan Implementasi Pendidikan Inklusif di Tingkat Sekolah Dasar Kota Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Skripsi
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : CAPS. Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality & Satisfication*. Yogyakarta: Andi.

Ummu Kalsum, S. U. (2021). PENGARUH VARIASI PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN BOBA BROWN SUGAR GAR_FRESH. *Jurnal EKOMEN* 21 (1) 1, 58-68.

Winadi. 2017. Pengaruh Independensi, Skeptisme dan Gender pada Pertimbangan Materialitas dan Implikasinya pada Ketepatan Pemberian Opini Auditor. Vol.19, No.1.

