

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 21.
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap keputusan Pembelian. *Kumpulan Jurnal Dosen UMSU*, 4(2), 76–87.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Astari, M. K. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Oppo (Studi Kasus di Toko Bismar Ponsel Jember). *Jurnal Ekonomi Dan Pemasaran*.
- Autoprawiro, B. H., & Retnawati, B. B. (2020). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI MELALUI VARIABEL CITRA MEREK PRODUK PIERO. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 15(1), 1–18. <https://doi.org/10.34152/fe.15.1.1-18>
- Bulan, T., & Rizal, M. (2016). Pengaruh labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 431–439.
- Cahyani, K. I., & Sutrasmawati, E. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4), 281–288.
- Dewantara, I. hajar. (2014). *Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Emas 22% di Kota Kraksaan Kabupaten Probolinggo (Studi Kasus Toko Pusaka Mas)*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2017). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Merek dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi, U., & Rumnita, Y. (2020). Studi Prilaku Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19: Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android Dalam Perspektif Citra Merek dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sosiohumaniora Kodepena*, 1(2), 76–89.
- Ekasari, R. (2021). Analisis Strategi Pemasran Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Marketing Strategy Analysis To Improve Competitive Advantage). *Jurnal Ekbis*, 22(1).
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi* (S. Mahdi, Ed.; cet. 1). Alfabeta.
- Farhaeni, M., Widiastuti, N. P., & Alfalani. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang di Jasa Pengiriman Barang PT. Titipan Illahi Trans. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 20–37.

- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Cetakan pertama). UB Press.
- Febriansyah, I. (n.d.). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Febriansyah, I., & Wuryaningsih. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Febriyan, F., & Supriono. (2018). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk International (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia)*.
- Firman, F., & Supriono. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional (Survei Pada Komunitas Xiaomi Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61.
- Fitri, R. N. (2020). *Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quallity Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Moderasi Green Marketing (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Malang)*.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2019). Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value dan Brand Personality Terhadap Brand Loyalty dari Produk Fashion Cotton-On Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6(2), 1–10.
- Hakim, L. L., & Keni, K. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(3), 81. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i3.7921>
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *UNEJ E-Proceeding*, 463–482.
- Hngau, S. A. H., Mintarti, S., & Kuleh, Y. (2012). Pengaruh Brand Loyalty dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia. *Jurnal Kinerja*, 9(2), 37–44.
- Insaviliani, B. (2018). *Analisis Perbedaan Persepsi Elemen-Elemen Brand Equity Antara Produk Pasta Gigi Ciptadent dan Close Up Studi Pada Mahasiswa/i Kampus 1 Universitas Sanata Dharma*.

- Kelvianto, Y. E. (2020). Pengaruh Perceived Value, Brand Image, dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(2), 06. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i2.7510>
- Khasanah, L., & Wibawanto, S. (n.d.). *Analisis Pengaruh Perceived Value dan Destination Image Terhadap Behavioral Intention (Studi Kasus Wisatawan Pantai Watu bale Kebumen)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua (Studi Kasus Masyarakat di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4.
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Salmiah, A. R., Halim, F., Wipraja, A., Napitupulu, D., & Simarmata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi* (A. Rikki, Ed.; Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Mangilaleng, R. A., Tangkudung, J. P. M., & Harilama, S. H. (2021). Strategi Komunikasi Bisnis Bermeda Sosial Masa Pandemi Covid-19 Pengusaha Babi di Sonder Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(4), 1–9.
- Marcelino, kevin. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan dan Nilai Pelanggan Terhadap Pembelian Coffe Shop Kopi Wulo G-Walk di Surabaya*.
- Marcell, T., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2020). Analisis Marketing Mix dan Customers Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan RM. Kios Baru Manado. *Jurnal EMBA*, 8(3), 54–64.
- Marnisah, L., Saputra, D., & Rosni, A. (2016). Analisa Efektifitas Promosi Terhadap keputusan Konsumen Pada Membeli Semen Baruraja di kelurahan Sekip Jaya Kecamatan Kemuning Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 7(3).
- Maulana, E., Setianingrum, I., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Lampung Utara). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 5(2), 93–100.
- Muawanah, R. (2021). *Pengaruh Perceived Value, E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta Dengan EWOM (Electronoc Word Of Mouth) Sebagai Variabel Interveling*.
- Munica, C. M., & Rachmi, A. (2017). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 232–237.
- Murdani, N. K., Ardani, N. W., & Pradnya Prayoga, K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Ulang

- Pengguna Kartu Perdana Telkomsel. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(1), 97–105. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i1.6>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Muzammil, M., Rachma, N., & Rizal, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10, 14–29.
- Nihlah, Z., Latuihamallo, D. W., Susanty, A., & Purwaningsih, R. (2018). Analisis Pengaruh Perceived Value, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Valirabel Moderasi (Studi Kasus Pengguna Kosmetik Merek Wardah di Universitas Diponegoro). *Seminat Nasional IENACO*, 462–469.
- Noor, Z. Z. (2016). *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis dan Sektor Publlik Tahun 2016*. CV Budi Utama .
- Noor, Z. Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0* (Cetakan Pertama). CV Budi Utama.
- Nuroh, Azhad, N., & Rozi, A. F. (2021). Analisis Perbandingan Ekuitas Merek Terhadap Produk Lipstik Wardah dan Lipstik Pixy. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12.
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffe di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 179–186.
- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan kartu As Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4).
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PT SARANA BANDAR LOGISTIK. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>
- Prasetyo, S. H., & Suseno, Y. D. (2015). Pengaruh Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15, 159–166.
- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa . *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–41.
- Pratiwi, R., Farida, N., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Customer Perceived Value dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Brand Experience

- (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Tipe Bebek di Kecamatan Pedurungan, Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 1–11.
- Purwanti, Sarwani, & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Unilever Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.
- Putra, I. P. A. S., Sadiattha, A. A. N. G., & Oktarini, L. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi di CV. Hydealson Win Putra Abadi Denpasar). *Widya Amrita*, 1(4), 1189–1198.
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chiken Nugget Fiesta di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, 11(2), 70–78.
- Putri, T. A., Marwan, M., & Rahmidani, R. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LA TULIPE DI KOTA PADANG. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 734. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5651>
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu.
- Rahab, Handayani, S. R., & Nawarini, A. T. (2015). Peran Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Membangun Loyalitas Pengguna Kartu Seluler. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30(1), 76–84.
- Rahmatullah, F. A. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Pada Rumah Sakit Islam Darus Syifa' Benowo)*.
- Ratnasari, S. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Serta Damoaknya Pada Kepercayaan Pelanggan PT. Mitra Intertrans Forwarding Cabang Palu. *Katalogis*, 3(1).
- Rifai, A., & Suryani, A. (2016). Peran Customer Perceived Value pada Kepuasan Pelanggan Tiket Online. *Jurnal Manajemen Unud*, 5(6), 3306–3334.
- 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. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Serawati, F. M. (2019). *Pengaruh Harga dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Mahasiswa Ma'had Al-Jami'ah IAIN Bengkulu)*.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen* (revisi ke-4). Kencana.

- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144–158.
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, CELEBRITY ENDORSER, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>
- Suariedewi, I. G. A. A. M., & Sulistyawati, E. (2016). Peran Perceived Value Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Unud*, 5(12), 8199–8226.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Communication Terhadap keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1), 1–8.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Caps.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (Pertama)*. CAPS(Center For Academic Publishing Service).
- Suprpti, L. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Organizational Association dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Susilo, G. E. (2021). *Pengaruh Perceived Price, Kualitas Produk dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian RiceBowl Babibong*.
- Taqi, M. A. (2021). Pengaruh Estetika Iklan Instagram, Perceived Value dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sayki. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(2).
- Timpal, N., J. L. S. L. H. V., & Rate, P. van. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Attitude Terhadap keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Siswa SMA dan SMK di Kota Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 308–317.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik (Kedua)*. CV. Andi Offset.

- Turangan, J. A., & Keni. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Nilai Yang Dipersepsikan, Diferensiasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Marketing Pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara di Jakarta. *Untar Journal*.
- Ulyah, N. (2016). *Analisis Strategi pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bhirawa Steel*.
- Umar, & Husein. (2016). *Study Kelayakan Bisnis (ke-3)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Viopradina, Y., & Kempa, S. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Brand Personality, Organizational Association dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Pada Aplikasi Belanja Online. *Agora*, 9(1).
- Wijaya, M. H. P. (2013). Promisi, Citra Merek dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4).
- Wijayanti, I., Restuti, S., & Musfar, F. (2015). Analisis Brand Perceived Quality Ice Cream Barcelona Di Kota Pekanbaru. *Jom Fekon*, 2(1).
- Wijayanto, D. (2012). *Pengantar Manajemen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wulansari, A. (2013). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi Pada Konsumen di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 388–401.
- Yunita, A., Hartono, & Hidayat, M. S. (2020). *Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, Brand Awareness dan Organizational Association Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy di Kota Mojokerto*.