

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M., Oktini, D. R., dan Harahap, D. A. 2022. Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Bandung. *Business and Management Volume 2*, No. 1 : 736-743.
- Adnan. 2018. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian susu morinaga di kota lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*. 7(2)
- Annisaa., Zuhirsyan, M., dan Marpaung, M. 2020. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Bni Syariah Medan. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal) Vol 1 No 1* : 14-24.
- Ardani, W. 2022. Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*. 2(1):40–47.
- Azmi, K. 2022. Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor yamaha cv tjahaja baru lubuk buaya padang khairil azmi universitas putra indonesia yptk padang. *Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*. 1(2):24–32.
- Cahyani, K. I. dan R. E. Sutrasmawati. 2016. Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis*. 5(4):281–288.
- Christian, J. dan Mariah. 2020. Pengaruh price perception , social media marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk kertas titik koma. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*. 7(2):59–66.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, and Toni Sitinjak. 2017. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghealita, V. 2017. Pengaruh brand awareness terhadap keputusan amdk merek aqua (studi pada masyarakat di kota bandung). *Jurnal Studi Manajemen*. (1):3264–3268.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikadiyan, N., U. Suryatna, dan M. Luthfie. 2016. Strategi komunikasi pemasaran mgstv dalam meningkatkan segmentasi pemirsa. *Jurnal Komunikatio*. 2(2):125–134.
- Keller, L. Kevin, dan P. Kotler. 2016. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Koesoemaningsih, R. 2013. Pengaruh budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih pendidikan pada prodi manajemen fakultas ekonomi universitas soerjo ngawi. *Jurnal Media Soerjo*. 13(2):1–22.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.
- Kusuma, N, N., Dewi, A., dan Warmika, I, G, K. 2017. Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali

- Alus. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 10 : 5580-5606.
- Mustakim, S, A. 2019. Analisis Pengaruh Word of Mouth, Brand Awareness dan Region of Origin terhadap Keputusan Pembelian di Warung Lesehan Bebek Goreng Asli Gunung Kidul. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan* . Vol.5, no.1 : 20-29.
- Natsir, M., Rasul, N, M., dan Khair, A, U. 2022. Analisis Pengaruh Unsur-Unsur Komunikasi Terhadap Brand Awareness Pada Media Marketing Youtube. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol. 6 No. 2 : 1315-1335.
- Qomariah, Nurul. 2016. "Marketing Adactive Strategy". Jilid 1, Jember: Cahaya Ilmu.
- Rohmah, A. 2020. Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1(3):1-4.
- Safitri, N, W., Suddin, A., dan Widajanti, E. 2020. Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Interactive English Language Center di Surakarta dan Sukoharjo). *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia* Vol. 14 Edisi Khusus : 35-47.
- Sartika, S. N., E. Anita, N. Mubyarto, U. Islam, N. Sultan, T. Saifuddin, U. Islam, N. Sultan, T. Saifuddin, U. Islamnegeri, S. Thahasaifuddin, F. Ushuluddin, U. Islam, N. Sultan, dan T. Jambi. 2022. 1215-article text-4444-2-10-20220609. 2:51-60.
- Suciningtyas, W. 2012. Pengaruh brand awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*. 1(1) : 1-8.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Upadana, M, W, K., dan Pramudana, K, A, S. 2020. Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Coffee. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 5 : 1921-194.
- Wibowo, N. E. 2017. Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada yellow truck cabang sunda bandung tahun 2017). *Proceeding of Applied Science*. 3(2):230-249.
- Wijayanti, T., L. Bathara, dan ... 2022. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pecel lele di sepanjang jalan riau kota pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi*. 3(2):34-44.
- Wilujeng, S, R., dan Edwar, M. 2014. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(2).