

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., Nujiyatillah, S., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2022). *LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Adi Jaya, U., Insan Bagja, S., & Somantri, B. (2020). *PENGARUH PRICE DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP COSTUMER LOYALTY INTERNET INDOSAT OOREDO DI SUKABUMI*. 3(1).
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 01, 36–44.
- Andreas Yudhi, S., Natasha Wirianto, G., Andreani, F., Manajemen Perhotelan, P., & Ekonomi, F. (2021). *PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KAKKK, AYAM GEPREK!!! SURABAYA*.
- Arie Permana Ambolau Andriani Kusumawati Mukhamad Kholid Mawardi, M., Kunci, K., Merek, K., Merek, C., & Keputusan Pembelian, dan. (2015). THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION (Study on Aqua Consumers in Administrative Science Faculty Brawijaya University Class of 2013). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 2, Issue 2).
- Astrin Kusumawardani. (2010). *ANALISIS BIAYA PRODUKSI DAN HUTANG TERHADAP LABA BERSIH PADA*. <https://www.sahamok.com/perusahaan-manufaktur-di-bei/>
- Astuti, R., Ardila, I., Rahman Lubis, R., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Sumatera Utara Jl Kapten Muktar Basri No, U. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes* (Vol. 2, Issue 2).
- Axel Wibawa. (2022). *PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND ATTITUDE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PRODUK FASHION LOKAL DENGAN PERCEIVED PRICESEBAGAI VARIABEL MEDIASI. PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND ATTITUDE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PRODUK FASHION LOKAL DENGAN PERCEIVED PRICESEBAGAI VARIABEL MEDIASI*.
- Budijaji, W., Fakultas, D., Universitas, P., Tirtayasa, A., Raya, J., Km, J., & Serang Banten, P. (2013). *SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale)*. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2(2), 127–133. <http://umbidharma.org/jipp>

- Chandra Cindy, & Keni. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, PERCEIVED QUALITY, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP CUSTOMER PURCHASE DECISION. *PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, PERCEIVED QUALITY, DAN BRAND LOYALTY TERHADAP CUSTOMER PURCHASE DECISION*.
- Cindy, A., Sari, M., Lestariningsih, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., Stiesia, I. (, & Surabaya,). (2021). *PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA)*.
- Forentina, C., Krisdianto, D., & Hardati, R. N. (2023). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND ASSOCIATION TERHADAP BRAND LOYALTY PADA FORE COFFEE KOTA MALANG. In *JIAGABI* (Vol. 13, Issue 1).
- Habibah, E. (2015). *PENGARUH KEPEMIMPINAN, PENGAMBILANKEPUTUSAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAPKINERJA GURU DAN KARYAWAN DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK)*.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019a). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019b). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Haryani, D. S. (2019). THE INFLUENCE OF ADVERTISING AND SALES PROMOTION TOWARDS HOUSING PURCHASING DECISIONS ON GRIYA PUSPANDARI ASRI TANJUNGPINANG. *DIMENSI*, 8(1).
- Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., Munir, A. R., & Putra, A. H. P. K. (2020). Reflective model of brand awareness on repurchase intention and customer satisfaction. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 427–438. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.427>
- Iman Rifai, A., & Widi Oetomo, H. (2016). *PENGARUH PRODUK DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Islamuddin, & Italia. (2021). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI HANDPHONE MEREK NOKIA*. www.jurnal.imsi.or.id
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). PENGARUH PENEMPATAN PRODUK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP NIAT MEMBELI. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 19–34. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>

- Junaidi, R., & Susanti, F. (2019). *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA UPTD BALTEKKOMDIK DINAS PENDIDIKAN PROVINSI SUMATERA BARAT*.
- Kara, A. (2016). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PAKAIAN ONLINE SHOP ELEVENIA DI BBM GRUP TERHADAP MINAT BELI MAHASISWI*. 5(1), 44. www.publikasi.unitri.ac.id
- Khotimah, K. (2018). *Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen & kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop*. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO*.
- Lenaini, I. (2021). *TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING INFO ARTIKEL ABSTRAK*. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Mantik, J. (2021). The Influence of Price, Product Quality and Sales Promotion on Consumer Buying Interest on Schneider Electric Products at PT. Kawi Agung Kencana. In *Jurnal Mantik* (Vol. 5, Issue 2).
- Maulidi, R. A., Ai, D., & Yuliati, L. (2017). Pengaruh Tingkat Brand Awareness terhadap Minat Beli Apple iPhone. In *ISEI Business and Management Review: Vol. 1* (Issue 1). <http://jurnal.iseibandung.or.id/index.php/ibmr>
- Meme, Roswita Octavianus, Byre Dosen Program Studi Manajemen, & Rafael. (2020). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MEDIASI OLEH MINAT BELI KONSUMEN ROXY SWALAYAN*.
- Naashir, M., & Hartono, S. (2016). PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIA SEPEDA MOTOR PADA DEALER HONDA ASTRA MOTOR PALUR. In *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi* (Vol. 13). <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Nikmatulloh, A. A., & Wijayanto, A. (2021). PENGARUH KESADARAN MEREK, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA MARKETPLACE BUKALAPAK(Studi pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Nur Millatina, A., & Hamidah Mujahidah dan Sri Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. In *Jurnal Penelitian Ipteks* (Vol. 5, Issue 1).
- Oky, M., Yanti, Z., Sukotjo, H., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Surabaya, I. (2016). *PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AQUA*. www.topbrand-award.com.
- Prayogi, S., Santosa, A., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2019). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICES AND PROMOTIONS ON INTEREST IN BUYING SRI SULASTRI'S BATIK. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 9–17.

- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). *PENGARUH PROMOSI, BRAND AMBASSADOR DAN KOREAN WAVE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC*. 17, 302–314.
- Ramadhanti Salsyabila, S., Ryan Pradipta, A., Kusnanto, D., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang, F. (2021a). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee*. 13(1), 37–46. www.iprice.co.id
- Ramadhanti Salsyabila, S., Ryan Pradipta, A., Kusnanto, D., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang, F. (2021b). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada marketplace shopee*. 13(1), 37–46. www.iprice.co.id
- Razak, I. (2016). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN INDIHOME DI PROPINSI DKI JAKARTA* (Vol. 4, Issue 2).
- Ridwan, M., Ridwan¹, M., & Jahmi², M. R. (2023). Pengaruh Teknik Pembuatan Kopi di ObrolKopi Terhadap Minat Beli Konsumen. In *Universitas Nasional Jl. Sawo Manila* (Vol. 19, Issue 1). Pejaten Bar., Kec. Ps. Minggu.
- Rizky, M. F., & Yasin Hanifa. (2014). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN OBAMA PT. NAILAH ADI KURNIA SEI MENCIRIM MEDAN*.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). *PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE*. In *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* (Vol. 11, Issue 1).
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MC DONALD’S DI PALMERAH JAKARTA BARAT*. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.567>
- Sari, S., Jurusan Admiistrasi Niaga, D., Negeri Ujung Pandang, P., & Jurusan Admiistrasi Niaga, M. (2021). *ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION MOBIL TOYOTA CALYA DI MAKASSAR*. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1). www.wartakita.id
- Senggetang, V., Mandey, S. L., Moniharapon, S., & Lokasi..., P. (2019). *PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN KAWANUA EMERALD CITY MANADO THE INFLUENCE OF LOCATION, PROMOTION AND PRICE PERCEPTION TO CONSUMER PURCHASE ON KAWANUA EMERALD CITY MANADO HOUSING*. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Septiani, F. (2018). *PENGARUH PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI (PADA PT. ASURANSI JIWA RECAPITAL DI JAKARTA)* (Vol. 1, Issue 2).
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020a). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *WINTER JOURNAL*, 1(1).

- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020b). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *WINTER JOURNAL*, 1(1).
- Sopian, D., & Suwartika, W. (2019). *PENGARUH SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN*.
- Suci Wahyuni, R., Abrilia Setyawati, H., & Putra Bangsa, S. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-Commerce Shopee. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 2, Issue 2).
<http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). *THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON PURCHASE DECISION OF SHINYOKU LIGHTS AT CV. SINAR ABADI PEKANBARU* (Vol. 7, Issue 2).
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Taher, T. H., & Kuala Kapuas, S. (2022). PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN SUSU HI LO PADA PT. NUTRIFOOD INDONESIA PALANGKA RAYA. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(2).
- Usman, O., & Dyanti, N. S. (2020). *THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND WORD OF MOUTH ON BUYING INTEREST*.
- Wahyuni, C., Zulkifli Musannip Efendi Siregar, & Bhakti Helvi Rambe. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK SECARA ONLINE DI KALANGAN MAHASISWA DENGAN MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS LABUHANBATU). *Journal of Educational and Language Research*.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). *PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, EASE OF USE, DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION KONSUMEN SITUS JUAL BELI ONLINE SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWA KOTA SUKABUMI*. 3(1).