

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, B. R. & O. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador , Iklan dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE GICI Depok). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3937–3951.
- Amrita, N. D. A., Mandiyasa, I. K. S., Suryawan, T. G. A. W. K., Handayani, M. M., Nugroho, M. A., Puspitarini, E. W., Haro, A., Purbaya, M. E., Rivai, D. R., Munizu, M., Saktisyahputra, Mustikadara, I. S., Kurniasari, I., Wibisono, L. K., & Judijanto, L. (2024). *Digital Marketing: Teori, Implementasi dan Masa Depan Digital Marketing*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Anggraini, T. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143. <https://doi.org/10.25273/capital.v5i2.12020>
- Argyanto, Y., & Kusuma, N. I. (2023). The Influence of Influencers and Brand Awareness on Interest in Buying Samyang Brand Instant Noodles in Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(3), 1055–1074. <https://doi.org/10.55927/ministal.v2i3.4206>
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Dayyana, Z. A., & Sarah, S. (2023). Pengaruh Lifestyle, Brand Awareness, Dan Design Terhadap Minat Beli Pada Busana Muslim Shafa Marwa Di Kota

- Bandung. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1–23.
- Diharto, A. K. (2022). MANAJEMEN INOVASI DAN KREATIVITAS. In Yogyakarta. Gerbang Media Aksara.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). BP Universitas Diponerogo.
- Ghana, I. G. A. W. Bin, & Indiani, N. L. P. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Minat Konsumen Menggunakan Qris. *Jurnal Ekobistek*, 12(4), 759–766. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i4.633>
- Gunanda, A. M. P., & Rahmawati, K. A. (2025). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Cokelat Silverqueen pada Konsumen Minimarket di Berbagai Wilayah Tangerang*. 3(1), 186–199.
- Hafizi, N. A. Al, & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460–470. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis* (Monalisa (ed.)). PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek*

- Mythography, Vol. 1: Texts* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A FRAMEWORK FOR MARKETING MANAGEMENT* (Vol. 11, Issue 1). Pearson Boston, MA.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suarno, Aman, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman (ed.); 1st ed.). Strategy Cita Semesta.
- M Sualang, B. J., & Soepeno, D. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Umkm Studi Kasus Cousin Coffee Di Kota Tomohon the Influence of Product Innovation, Word of Mouth, and Brand Image on Customer Purchase Intention in Smes: a Case Stu. *Jurnal EMBA*, 12(03), 115–126.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 185.
- Mulyana, R., Purwanti, R. S., & Setiawan, I. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Industri Produk Keripik Mekarsari). *Bussines Management and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 21–33.
- Nadhira, D., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Es Teh Indonesia Di Jakarta. *Galang Tanjung*, 8(2504), 1–9.

- Nurhayati, Z., & Ariani, D. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Digital Marketing, dan Brand Equity Terhadap Niat Beli Konsumen Sepatu Nike. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13176–13184.
- Oetama, S. (2022). *Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Dalam Bersaing*. Cv. Azka Pustaka.
- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Era New Normal. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 83–89.
<https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.739>
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UB Press.
- Ramadan, R., Yudhyani, E., & Kharista, M. (2024). *Pengaruh Digital Marketing dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli di Janji Jiwa Samarinda*. 13, 1–11.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (M. G. Indrawan (ed.)). CV. Gita Lentera.
- Safitri, N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Rahmad Kur). K-Media.
- Salsabilah, N. A., & Lubis, H. (2024). *Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi TikTok pada Mahasiswi The Fear of Missing Out (FOMO) Phenomenon of Cosmetic Product Trends on the TikTok Application among*. 3, 17–26.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147–155.

<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Samudra Biru.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.

Suharto, F. N., Sanosra, A., & Herlambang, T. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Pada 3 Cafe di Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1391–1401. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>

Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). PT Pustaka Barupress.

Suyarti, S., Jolanda, L., Polimpung, C., Moonti, A., Wahyu, J., Ignatius, N., Dewanto, J., Bempah, I., Nikmah, S., Ramlan, M., Sisca, M., Prastiwi, H., Rosiana, M., Hippy, M. Z., Rosmawati, A., Amir, N. H., & Kurniawati, I. (2024). *Digital Marketing Konsep dan Implementasi*. CV.Eureka Media Aksara.

Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In J. B. Maramis (Ed.), *Istana Agency*. CV. Istana Agency.

Tanuwijaya, W., Tandrayuwana, S., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Minuman Kopi Melalui Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Generasi Z Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 50–58. <https://doi.org/10.9744/jmp.8.1.50-58>

- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (N. A. Fransiska (ed.)). PT. Literindo Berkah Karya.

