

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar Rusydi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Abd. Rohman. 2017. *Dasar Dasar Manajemen*. Inteligencia Media. Malang
- Adhi Kusumastuti. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran produk dan merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Anjayani, Riska Putri dan Febriyanti, Intan Rike. 2022. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi)*. Jurnal Multidisiplin Madani. 9(2): 3610-3617.
- Ardani, Wayan. 2020. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Converse Di Kota Denpasar, Bali. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 11(1), 1427-2412.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, Sri Wahjuni. dan Cahyadi, Gde. 2007. *Pengaruh elemen ekuitas merek terhadap rasa percaya diri pelanggan di Surabaya atas keputusan pembelian sepeda motor Honda*. Majalah Ekonomi, 18(2), 145-156.
- Baskoro, Aji. 2021. *Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Bandar Kopi Medan)*. Doctoral dissertation, Universitas Medan Area.
- Buchari, Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi* Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Donni Junni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Dwinanda, Yovita. 2019. *Pengaruh Perceived Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Intention To Revisit Pada Coffee Shop Kapi Nalar*. Tesis, 1–127.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Giantara, Mariani Shoshana dan Santoso, Jesslyn. 2014. *Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa Di Surabaya*. Jurnal Hospitality dan manajemen jasa, 2(1), 111-126.
- Gima Sugiana dan Emmanuel Febiano. 2017. *Jurnal Manajemen Maranatha*. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14.
- Harahap, Dedy Ansari. Amanah, Dita. 2018, *Pengantar Manajemen*, Researchgate.
- Hasibuan, Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan keempatbelas, Jakarta ,Penerbit : Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

- Hidayat, Danny dan Pujani, Vera. 2018. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet di Kota Padang*. AMAR (Andalas Management Review), 2(2), 82-104
- Hutabarat, Esterlina. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan*, Jurnal Ilmiah Methonomi, 3(1), pp. 113–121
- Ichsan. 2017. *Pengembangan Agroindustri Di Aceh*. Available at: [http://repository.unimal.ac.id/2811/1/Buku Pengembangan Agroindustri di Aceh ISBN- 978-602-6960-28-0%2C Ichsan.PDF](http://repository.unimal.ac.id/2811/1/Buku_Pengembangan_Agroindustri_di_Aceh_ISBN-978-602-6960-28-0%2C_Ichsan.PDF).
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kensiwi, Novita. Rachma, dan Khoirul. 2019. Analisis Pengaruh *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen *Smartphone* Oppo di Alibaba *Cell* Malang). E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 9(24).
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, dan Keller. 2019. *Marketing management*. 15e, Boston, Pearson Education
- Krisnawati, Devi. 2016. *Pengaruh Brand Awareness terhadap keputusan pembelian AMDK merek aqua (Studi pada masyarakat di Kota Bandung)*. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 4(1).
- Krisno, Daniel. dan Samuel, Hatane. 2013. *Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice dan Perceived Value terhadap Customer Satisfaction di Informa Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1, No. 1, hal 1-12
- Kurniawan, Hironimus. 2017. Pengaruh *Perceived Quality* terhadap brand loyalty melalui mediasi brand image dan brand trust. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 4(2).
- Luky. 2021. *Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Metal Gear Store)*. Skripsi Pada Program STudi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.
- Mellnia, et. al. 2024. Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Kenangan Cabang Kota Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. 21(2):246-255.
- Muhfizar, et. al. 2021. *pengantar manajemen (teori dan konsep)*. kota bandung: media sains indonesia
- Muslichah Erma Widiana. 2020. *Pengantar Manajemen*. Kab. Banyumas. Penerbit CV. Pena Persada Redaksi.
- Mutoharoh, Umi. Saryono, Oyon., dan Setiawan, Iwan. 2022. Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada PT. Bahana Cahaya Sejati Cabang Ciamis). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 4(4), 36.
- Mokoagouw, Mangantar, dan Lintong. 2023. *Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Menggunakan Jasa Grab (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unsrat Manado)*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 11(02), 290-300.

- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati, 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia,
- Paramansyah, et. al. 2020. *Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2(1), 88-107.
- Priyono. 2016. *Pengantar Manajemen*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Rahmawan. 2022. *Pengaruh Brand Trust, Perceived Quality Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme Di Kabupaten Kebumen*. (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Riantono, Ignatius Edward. 2016. *Pengelolaan Manajemen Modern Dalam Mewujudkan Good Corporate Governance: Optimalisasi Pencapaian Tujuan Perusahaan*. Skripsi Pada Universitas Bina Nusantara.
- Rinjani, Ely. Rahman, Muhammad Zaki. dan Setianingsih, Wiwin. 2022. *Pengaruh Keluhan Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart Baregweg Wilayah Mekarjaya Pulomaju)*. Business Management and Entrepreneurship Journal. 4(4):64-78.
- Saputra, Azis. Darna, nana. dan Muhidin, Ali. 2022. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E – Wom) Dan Electronic Advertising Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Perusahaan Patroman Coffee Roastery Banjar)*. Business Management and Entrepreneurship Journal. 4(4):125-140.
- Sarinah, dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepubli
- Sedjati, Retina Sri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siahaan, Herlina Debby. Yuliati, Ai Lili. 2016. *Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (studi Pada Konsumen Di Pvj Bandung)*. eProceedings of Management, 3(1).
- Sholikah et al. 2021. *Manajemen Pemasaran: Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Sobandi, Agus. Bambang Somantri. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*, winter journal Volume 1, Nomor 1 Agustus – Nopember 2020 ISSN 2723-8709.
- Suarniki, Ni Nyoman. Budiati, Penta Lestarini dan Afriana, Rizki Amalia. 2022. *Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Smartphone Iphone Di Pt Teletama Artha Mandiri)*. Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 278-287.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung: Alfabeta Umar. 1997. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. GramediaPustaka.

- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta ,In Media.
- Suyuthi, Nurmadhani Fitri dkk. 2020. *Dasar-Dasar Manajemen Teori, Tujuan dan Fungsi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Tanjung, Rahman. Mawati, Arin Tentrem. Dan Sudarmanto,Eko. 2021. *Pengantar Manajemen Modern*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Timbuleng, Stisilia. Tumbel, Altje.2021. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Kasus Pada Friska Beauty Studio Tomohon)*. Jurnal EMBA. 9(2): 1178-1118.
- Timpal, Nicky. 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).
- Tjiptono, Fandy. dan Diana, Anastasia. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Zacharias, Tehubijuluw et al. 2019. *Metode Penelitian Sosial Teori Dan Aplikasi*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Wijayanti, Ika. 2015. *Analisis Brand Perceived Quality Ice Cream Barcelona di Kota Pekanbaru*. Jom Fekon, Vol. 2, No. 1, hal 1-13

