

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian pada Butik Yulia Grace. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(1), 239–247.
- Afrilliana, N., Nurrahmi, M., & Hustia, A. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Produk Pencuci Piring: Ditinjau berdasarkan Bauran Pemasaran Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 167. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i2.4357>
- Andata, C. P., Iflah, Kurnia, & Putri, S. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness “Somethinc” Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13(2). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332. <https://www.researchgate.net/publication/386875018>
- Butarbutar, M., Anisah, H. U., & Theng, B. P. (2022). *Identifikasi Penelitian dan Perumusan Masalah Penelitian* (Vol. 19). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Dewi, E., & Mulyanti, D. (2023). Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 49–54.
- El-Haq, S. N., & Nurtjahjani, F. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Somethinc di tiktok Shop. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 20–25.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. A. P. D., Novel, N. J. A., & Budiyaniti, S. A. (2023). Strategi Influencer Marketing pada Rahsa Nusantara dalam Meningkatkan Brand Awareness. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 12(3), 725–743. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.869>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education Ltd.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vols. 1 & 2). PT. Indeks.
- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (2022). Penggunaan Skala Likert Untuk Menganalisa Efektivitas Registrasi Stakeholder Meeting: Exhibition Industry 2020. *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis Dan Mice*, 10(1), 142–152.
- Lingga, G. S., Fadhilahi, M., & Cahya, A. D. (2023). Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone dari Apple di Kota Madya Yogyakarta. *Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 120–131. <https://doi.org/10.47476/manageria.v3i1.2335>
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27–37.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di Tiktok Shop (Studi pada Mahasiswa dan Alumni Equil Choir FEB UNSRAT). *EMBA*, 10(3), 975–984.
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT. Indeks Gramedia.

- Sirait, S. K., & Sisnuhadi. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16, 45–56.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43–56.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 2896–2910.