

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. dan McLoughlin, D. (2010), *Strategic Market Management – Global Perspectives*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Aaker, David A. dan Alexander L. Biel. (2009) *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. (2015) *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Achmad, Nur, dkk. (2021). *Teori & Praktek Statistik Milenial*. Jasmine: Sukoharjo.
- Aldoko, D., Suharyono, & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Produk Tupperware). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 40(2),17-23
- Ali, Hapzi, dan Hafizh Novansa, (2017) *Purchase Decision Model : Abalysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case study SMECO Indonesia SME Product)*. *Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol 2. No 8.
- Aksan, Hermawan. (2014). *Pendidikan Budaya dan Karakter Bangsa*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Amelfdi, Jovita Fransisca. & Ardyan, Elia (2021). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol. 5 No. 6.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arianty, Nel. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing
- Arianty, Nel & Andira, Ari. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Magister Manajemen* Vol. 4, No.1
- A, Shimp, Terence. (2003) *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi*

Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.

Assauri,Sofjan. (2011). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.

Astuti, N.L.G.S.D., Widhyadanta, I.G.D.S.A. and Sari, R.J. (2021) ‘Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online’, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, p. 897.

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, Sixth Edition. New York: McGraw-Hill

Cahya, F.M., Wulan., & Damayanti, R. (2019). Analisis Celebrity Endorsement, Variasi Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol 9, issue 1.*

Chalimah C & Sakhowi A. (2014). Implementasi Dual Identity Anggota Koperasi sebagai Wujud Komitmen Organisasional. *Jurnal Dinamika Manajemen Vol 5, No.1*

Fandy Tjiptono. (2015) Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2016). Service, Quality & Satisfaction, Edisi 4, ANDI, Yogyakarta.

Faradisa, Nabila Azwida. 2019. Pengaruh Komunikasi Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Melalui Media Online Terhadap Loyalitas Merek Pada *E-Commerce*: 1-26.

Febriani Lusiana (2017). Pemilihan Bahasa Dalam Iklan Kosmetik di Televisi. Skripsi. Universitas Sebelas Maret

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handayani, Desy, Hermawan Kartajaya, Andrizal, Anthony Darmaja, Ryan Fachry Nasution, Ardhi Ridwansyah, (2010) Brand Operation. Jakarta : Esensi Erlangga Group.

Kalangi, N. J., Tamengkel, Lucky F., & Walangitan O (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8 No.1.*

Kaser, Ken. (2013) Advertising and Sales Promotion. Cengage Learning : US.

- Kapferer, Jean Noel. (2008). *Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. London: Kogan Page.
- Kotler, Philip (2003) *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K., (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13), Jakarta Timur, Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Krisnawati, Devi. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisna Dwaipayana*. Vol. 4. No. 1
- Malau, Harman. (2017) *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.
- Mokoginta, Novtania., Linda. L., Winston. P. (2017). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern dan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Terhadap Kualitas Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah, *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*. ISSN: 874-890
- Nuraini, A. and Maftukhah, I. (2015) ‘Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang’, *Management Analysis Journal*, 4(2), pp. 171–179.
- Prakoso, Rano Dwi. & Rachmi, Asminah (2015). Pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*), Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2407-5523
- Purnamasari, Yenni. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Survei pada Pengunjung Angkringan Gayeng yang Pernah Melihat Iklan dan Membeli Sprite). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Schiffman & Kanuk. (2004) *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall
- Schiffman dan Kanuk. (2008) *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sri Handayani. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta* (Volume 4 Nomor 1).
- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 85–92
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alphabet.
- Wibowo, Nadya Egileona (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Yellow Truck Cabang Sunda Bandung Tahun 2017). *E-Proceeding of Applied Science* Vol.3 No.2
- Wicaksono, Alifian Rully, Agus Hermani, dan Naili Farida. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian DSLR Canon di Kota Semarang. *jurusan Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*: 1-10.