

DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga, M. B. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DI SPORT STATION. *Jurnal Berkala Epidemiologi*, 5(1), 90–96. <https://core.ac.uk/download/pdf/235085111.pdf%250Awebsite>:
- Akila, A. (2020). Pengaruh Tanggung Jawab dan Loyalitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Wisma Grand Kemala Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(3), 226. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i3.4848>
- Anggraeni, A. (2019). HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pizza Hut Matraman Jakarta Timur). Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004), 6–25. [http://repository.stei.ac.id/6057/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/6057/3/BAB%20II.pdf)
- Basuki, R. S., Rulirianto, & Kusumasasti, I. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Humaniora*, 8(1), 6–13. <https://doi.org/10.33795/jabh.v8i1.1400>
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 73–79.
- Ferry & William. (2020). Pengaruh Pemutihan Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 1(5), 68–88. <https://doi.org/10.32524/jkb.v18i1.626>
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang. *Management and Business Review*, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>
- Halim, E. S. (2017). "Faktor-Faktor Yang Menjadikan Brand La Classique Tidak Dikenal. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(4), 419–427
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., & Wisnu Wardhana, G. (2022). Analysis Of The Role Of Social Media Marketing, Product Quality And Brand Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In West Java. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4024–4032.

<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

- Hasan, M. M. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Diwilayah Gunung Anyar Surabaya. *Undergraduate Thesis*, 11(2), 10–14.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699
- Jackie, Rina Friska B. Siahaan, Dewi Anggraini, Willi Chandra, & Fauzi A.M. Hutabarat. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Di Teko Healthy Resto Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 167–175.
- Khoiriah. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 1–63.
- Kotler, P., Molan, B., Sarwiji, B., & Lane, K. (2009). *Marketing Management (Cet. 4)*. Erlangga. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=946875#>
- Larasati, W., Yateno, Y., & Japlani, A. (2022). Analisis Pengendalian Persediaan Tepung Terigu Pada Umkm Dengan Pendekatan Economic Order Quantity Pada Toko Kue Sahara *Prosiding Seminar ...*, 1(2011), 79–89. <https://prosiding.ummetro.ac.id/index.php/snppm/article/view/107%0Ahttps://prosiding.ummetro.ac.id/index.php/snppm/article/download/107/82>
- M. Anang Firmansyah. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August, 143–144.
- Manik, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Kantor Camat Pendalian Iv Koto Kabupaten Rokan Hulu. *International Journal of Social Science and Business*, 1(4), 257. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v1i4.12526>
- Muhkarromah, R. (2021). Pengaruh Kompleksitas Tugas , Motivasi Intrinsik dan Self-Efficacy Terhadap Kinerja Karyawan PT Hoi Hing Investment di Surabaya. 1(2), 141–152.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana. 1–23.
- Nurlaila, S., Ibnu, A. R., & Khoir, M. (2022). Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Syariah, Kualitas Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(2), 156–167. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i2.5108>

- Okhtavia, R., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga NIKE (Studi Pada Pengguna Sepatu Olahraga NIKE di Kota Kendal). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 357–369. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>
- Pasha, K., & Hadibrata, B. (2019). The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision of Sampoerna A Mild Products. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 9414, 67–76. <https://doi.org/10.21276/sjef.2019.3.1.9>
- Permatasari, D. C., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Telkomsel. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 296–312. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2019>
- Prasetyo, A., Zaini Abdullah, L., & Artikel, I. (2023). Efek Promosi terhadap Minat Beli pada krupuk rambak “Dwi Joyo” melalui Variabel Mediasi Kesadaran Merek. *Journal Economic Insights*, 2(1), 19–27. <https://jei.uniss.ac.id/>
- Priyanto, R., Widiartono, & Listyorini, S. (2016). Pengaruh Produk Wisata, Destination Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 217–226.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286>
- Reifco, H. F., Suryono, R. R., & Megawaty, D. A. (2023). ANALISIS KINERJA WEBSITE PELAYANAN PUBLIK MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0 (Studi Kasus : Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), 340–348. <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/2985>
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, rudy S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 110–119.
- Ristanto, B., Nurhayati, E. C., & Efendi, B. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Service, Lifestyle Dan Beauty Advisor Terhadap Keputusan Pembelian Produk Personal Care Unilever (Study pada toko Qween Cosmetics Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 6, 44–56.

- Rizal, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sembako Di Mini Market 212 Mart Lampriet Kota Banda Aceh (Studi Pada Konsumen Muslim Kalangan Ibu Rumah Tangga). http://digilib.uin-suka.ac.id/20856/1/12810061_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf
- Rukmawan, M. R., & Sisilia, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Di Distribution Store Unkl347 Bandung). *E-Proceeding of Management*, 6(1), 975–998.
- Rumengan, V., Tinangon, J. J., & Pangerapan, S. (2018). Pengaruh Obedience Pressure Dan Self-Efficacy Terhadap Audit Judgement Pada Auditor Perwakilan Bpkp Provinsi Sulawesi Utara. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02), 282–289. <https://doi.org/10.32400/gc.13.02.19355.2018>
- Sa'adah, Y. N., Kurniati, R. R., & ... (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Antis Pada Masa Pandemi Covid-19 *JIAGABI (Jurnal Ilmu ...)*, 11(1), 175–181. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/14982%0Ahttp://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/viewFile/14982/11484>
- Sarah, A., Paramita, M., & Brawijaya, A. (2019). Persepsi Masyarakat Mengenai Service Excellence Pria Dan Wanita Terhadap Loyalitas Nasabah. In *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah (Vol. 4, Issue 2, p. 122)*. <https://doi.org/10.30997/jn.v4i2.1243>
- Sari, L. R., & Sugiyono. (2016). Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Return On Equity (ROE), dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Return Saham pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2014. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 5(No. 12, Desember), 1–18.
- Sugiama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.414>
- Sugiyono, P. D. (M. D. I. S. S. P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (2nd Ed)*. Penerbit Alfabeta.
- Suprayogo, Imam, & Tobroni. (2014). *Metodelogi Penelitian Agama. Metodologi Penelitian*, 102.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19–46. <https://doi.org/10.32678/ije.v8i1.64>

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
https://www.researchgate.net/publication/316829743_Strategi_Pemasaran
- Tjiptono, F. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Andi.
- Wijaya, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 1–16. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i01.1082>
- Wullur, M. P. (2022). Pengaruh gaya hidup, kesadaran merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse (studi kasus mahasiswa stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(1), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2932>
- Yang, E., Wijaya, P., Sarikho, A., Gladystella, T., & Panggabean, M. S. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan Laporan Tahunan Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 500. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.359>
- Yanto, A., & Rinanda, Y. (2024). Analisis Realisasi Pencapaian Target Penerimaan Pajak Daerah Pada Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(2), 68–73. <https://doi.org/10.62194/cc867m40>
- Zuhdi, M. (2008). Pengaruh Tingkat Inflasi, Suku Bunga Sbi, Nilai Kurs Dollar (Usd/Idr), Dan Indeks Dow Jones (Djia) Terhadap Pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–17.