

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>
- Akbar, A. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mcdonald's Lampung. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 59–68. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.666>
- Akbar, T. S., Fitrah, Y., & Rafli, M. (2023). Pengaruh, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Neraaca Manajemen, Ekobnomi*, 3(1), 1–14. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/1655>
- Anggraini, D., & Sulaiman, F. (2024). *Pengaruh Reputasi Merek dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks*. 2, 1–12.
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Bahtiar Efendi, dkk. (2023). Pengaruh Harga, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Tempe Di Pasar Garung Kabupaten Wonosobo. *Bahtiar Efendi, Dkk.*, 3, 90–95.
- Damayanti, O., Zain, F., & Sofa, N. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Indomie Goreng Rasa Rendang. *Jurnal Administrasi Profesional*, 4(1), 11–19. <https://doi.org/10.32722/jap.v4i1.5621>
- Dewi, R. K., & Mulyadi, D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Plat Form Shopee. *Madani: Jurnal Ilmiah ...*, 1(5), 852–857. <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/view/281%0Ahttps://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/download/281/308>
- Dwi Rizkia, N. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS* (M. A. Wardana (ed.)). Intelektual Manifes Media.
- Effriena Brilliany, & Anton P.W. Nomleni. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.153>
- Febrianti, R. (2021). Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery and Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6.
- Fidriyanti, A., Putra, S. S., & Dgdowiseso, K. (2024). Pengaruh Kemasan, Variasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair dalam Kemasan Kotak 250 Ml Indomilk di Alfamart Pondok Indah 2. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journa*, 6. file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/5565-Article Text-31762-1-10-20231123.pdf

- Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2628–2643. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.838>
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)* (Qiara Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media. [https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919\\_Buku\\_Pemasaran\\_Produk\\_dan\\_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/links/5d47e1a04585153e593cff86/Buku-Pemasaran-Produk-dan-Merek.pdf)
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, S. F. (2020). Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Pendapatan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1(2), 133–142. <https://doi.org/10.36418/jiss.v1i2.17>
- Hartadijaya, J., & Lego, Y. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Mixue Taman Ratu di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 501–510. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23421>
- Harun, A., Non, N., Salmah, A., & Lapak, B. (2020). *Determinan Keputusan Pembelian Pelanggan Berdasarkan Kepercayaan dan Kemudahan Melalui Aplikasi Shopee Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini terutama bidang internet turut mempengaruhi perkembangan bisnis . Penggunaan bisnis dengan teknologi .*
- Hasanah, T. (2021). PENGARUH VARIASI PRODUK DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI ROKOK SAMPOERNA (STUDI KASUS PADA PT. SAMPOERNA, Tbk. PAGAR ALAM). *C.A. Setting & Layout : Ketua*, 31–54. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/fe/article/view/779>
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282>
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Kakisina, M., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan Kfc Cabang Kakialy Di Ambon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1118. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13507>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., Maulana, A., Sabran, B., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (W. H. Adi Maulana (ed.); Ed. 13 in). Erlangga. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=109678#>
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 1–10.

- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Machi, L., & Chuchu, T. (2022). *Machine Translated by Google Mengeksplorasi pengaruh kesadaran merek , loyalitas merek dan sikap merek terhadap niat membeli dalam belanja online*. 11(5), 176–187.
- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono. (2023). (12). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc ( Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *J-ADBIS: Jurnal Administrasi Bisnis* , 3(2), 64–73.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Nurdiyanto, A. D., & Purnomo, M. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(3), 558–570. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31443>
- Olopade, B. K., Okudua, H., Oladosun, M., & Asaleye, A. J. (2019). *Machine Translated by Google Heliyon*. 8(April), 0–7.
- Pramono, E. (2021). ANALISIS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KULINER DI KOTA SURAKARTA. *Repository Usahid Solo*.
- Prasetyo, A., & Suryamugraha, A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Kesadaran Merek (Brand Awareness) Terhadap Minat Beli Ulang Di Kl Coffee Bandar Lampung. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat 2023 Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, 2016*, 38–46.
- Purbohastuti, A. W. (2021). The MARKETING MIX EFFECTIVENESS ON INDOMARET’S CONSUMER PURCHASE DECISION. *Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>
- Puspa, S. D., Riyono, J., & Puspitasari, F. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Konsep Matematis Mahasiswa dalam Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 5(1), 302–320. <https://doi.org/10.31004/cendekia.v5i1.533>
- Putri, A. A., Krisdianto, D., & Widayawati, E. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND AMBASSADOR DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MIE LEMONILO (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *Unisma Repository*, 12. <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/9097>
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK ADIDAS (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 7(2), 20–32.

<https://doi.org/10.54964/manajemen.v7i2.244>

- Rossita Rahmawati Wahyu Ramadhan, Asma Shofiya Nabila Bilqis Assyahidah, & Veronika Angel Hera Novita. (2023). Efektivitas Pemasaran Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2022. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i1.11>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Saputri, A. D., Handayani, S., & DP, M. K. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja dan Pemberian Insentif terhadap Kinerja Karyawan PT Putra Karisma Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 25–42. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i1.211>
- Shafwah, R., Zakaria, J., & Hasbi, A. (2019). Pengaruh Inflasi, Penanaman Modal Dalam Negeri, dan Penanaman Modal Asing terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Makassar. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(2), 133–141. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v2i2.258>
- Sianturi, E. (2023). *PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI MOBIL XENIA DI ASTRA DAIHATSU LAMPUNG [UNIVERSITAS LAMPUNG BANDAR LAMPUNG]*. [https://digilib.unila.ac.id/73535/3/SKRIPSI\\_TANPA\\_BAB\\_PEMBAHASAN.pdf](https://digilib.unila.ac.id/73535/3/SKRIPSI_TANPA_BAB_PEMBAHASAN.pdf)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri Pengaruh Iklan Media Elektronik, Brand Ambassador dan, Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surakarta). *Ojs.Unik-Kediri.Ac.Id*, 2–24. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika>
- Sunjaya, F., & Eridansyah, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Dunkin' Donuts Indonesia. *Prologia*, 3(1), 99. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6219>
- Swastika, S. U., & Arifin, Z. (2023). Pengaruh Rata-Rata Lama Sekolah, Umur Harapan Hidup, dan Pengeluaran Perkapita terhadap Pertumbuhan Ekonomi DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 7(03), 449–464. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jie/article/view/28113/12815>
- Wandasari, N. K. R. D., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mie Instan Merek Sedaap di Kota Denpasar. *Values*, 1(3), 73–87.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.

- Wicaksana, K. B. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek Produk Lifebuoy. *E-Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)*, 2(1), 557–565.
- Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Innisfree pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 277–286. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23395>