

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2009). Brand Equity and Advertising. *Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Bagus Angga Primanda Kusuma, N., & Putu Miartana, I. (2018). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 15(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Clow, K.E., A., & Baack, D. (2010). Integrated Advertising, Promotions, and Marketing Communications. *Global Edition*. Pearson Prentice Hall., United States of America. Emor.
- Dewi, P. A. S., Wulandari, N. L. A. A., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Brand Trust, dan Brand Preference Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1343–1356
- Falah, M. D. I., Indrawan, M. R. A., & Bhirowo, B. H. (2022). Pengaruh Brand Trust Dan Perceived Value Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Preference. *Jurnal Value*, 17(1), 1–12. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i1.2503>
- Ghozali, Imam. (2011) “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro
- Geby laylany widjanarko. (2019). Kesadaran merek, citra merek, persepsi terhadap kualitas dan pengaruhnya terhadap niat beli sepeda motor Honda Vario di Surabaya. *Business and Banking*, 9(1), 1–17.
- Hair, J. F. (2014). Analisis Data Multivariat (Edisi Ketu). *Pearsoon Education Limited*.
- Halim, B. C., Dharmayanti, D., Si, M., Ritzky, D., & Brahmana, K. M. R. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference Dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.

- Nasution, & Lesmana. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Kota Medan). *Seminar Nasional Vokasi Indonesia (SVNI) Universitas Islam Indonesia (UII)*, 83–88.
- Prameswara, A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Pada Pelanggan Motor Yamaha Di Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 1730–1742.
- Putri, P. M., & Marlien, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 25–36.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat) Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding SENDIU*, 701–707.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Sari, E., & Dwiarti, R. (2018). Pendekatan Hierarki Abraham Maslow pada prestasi kerja karyawan PT. Madubaru (PG Madukismo) Yogyakarta. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 6(1), 58. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v6i1.421>
- Septiani, R., & Marlien, R. A. (n.d.). *Brand Preference As A Mediation OF Factors Affecting Purchase Intention Brand Preference Sebagai Mediasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Intention*.
- Setiawan Dan, & Briliana, V. (2021). Entertainment , Infomativeness , Credibility , Attitudes Terhadap Purchase Intention pada Subscriber Channel Youtube. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 23, 11–20.
- Sugiyono.2017. Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D. Bandung :PT.Alfabet.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV. *Alfabeta Bandung*.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian & Pengembangan. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cet. 19). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.

Sunyoto, & Mulyono, A. (2022). Cv. Eureka Media Aksara. *Manajemen Bisnis Rite*.

Sanusi. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: salemba empat.

Tjiptono, & Gregorius. (2012). Pemasaran Strategik. *Yogyakarta:BPFE*.