

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Afriansyah, B., Niarti, U., & Hermelinda, T. (2021). Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (SAK EMKM). *Jurnal Sainifik (Multi Science Journal)*, 19(1), 25-30.
- Agustin, R. A. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial, Harga Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Riyadlatul ‘Ulum, Bumiharjo, 39B Batanghari, Lampung Timur). (*Doctoral dissertation, IAIN Metro*).
- Ayu, R. S., Survival, & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Brand Experiencedan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimoderasi Kualitas Pelayanan. *Jurnal Economina*, 2(4)
- Balaka, M.Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jawa Barat: CV. Widina Media Utama.
- Bryan, N. M., Keni, K., Negara, E. S., & Dharmawan, P. (2023). Pengaruh brand competence, brand trust, brand experience, dan e-wom terhadap brand loyalty dompet digital. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 17-29.
- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). Marketing-to-Millennials: Marketing 4.0, *Customer Satisfaction and Purchase Intention*. *Journal of Business Research*, 122, 608–620
- Efdison, Z., Lova, A. N., & Hamdani, D. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Nur. *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 671-682.

- Evana, S. S., & Ahmadi, M. A. (2024). Peranan Brand Image dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Produk Skincare Skintific. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1b), 1154-1164.
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S., & Purnama, N. I. (2020). Peran brand image dalam memediasi pengaruh social media marketing terhadap repeat purchase pada fast-food restaurant di kota medan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 53-68.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, 3(1), 30-42.
- Fadli, N., Mursito, B., & Widayanti, R. (2024). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Ambassador Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopping Shopee Pada Mahasiswa Di Surakarta. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(2), 180-191.
- Febrianto, M. A., Umbara, N. B., & Safaruddin, S. (2022). Dampak Perkembangan Dan Proses Pembuatan Semen Pada Pt. Semen Baturaja. *Jurnal Multidisipliner Bharasumba*, 1(04), 619-639.
- Fuadi, D. K., & Padmantyo, S. (2024). Pengaruh Brand Credibility, Influencer Credibility Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Membeli Dengan Mediasi Brand Attitude. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 976-993.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh *brand ambassador* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi *brand awareness*. *Insight Management Journal*, 2(3), 110-118.
- Gumilang, P. B., Listyorini, S., & Ngatno, N. (2022). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi Pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 420-432.

- Habibie, F. H., Mustika, A., Nasution, D. Z., Arafah, W., & Nurbaeti, N. (2022). Apakah Instagram lebih penting dibandingkan Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kuliner Studi Kasus: Kaum Milenial di daerah Jakarta Selatan. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 6(1), 54-65.
- Jumiarti, Saroh, S., & Hardati, R. N. (2021). Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren. *Jurnal Jiagabi*, 10(1), 148–154.
- Katamso, T. H., & Sugianto, S. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening. *MASMAN Master Manajemen*, 2(1), 165-183.
- Laksono, Y. T. (2023). Analisis Brand Communication Sebagai Peningkatan *Local Product Placement* Oleh Creativepedia. *Sintesa*, 2(02), 93-112.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694-707.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & 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.
- Priyatno, D. (2019). *Buku 5 Jam Belajar Olah Data Dengan Spss 17*, Bukukita. Andi Publisher.
- Prihartono, & Sari, R. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1171-1184.
- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67-74.

- Puirih, K., Mananeke, L., & Lengkong, V. P. (2020). Fenomena Keputusan Pembelian Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3).
- Putri, D., Pratiwi, N. M. I., & Mulyati, A. (2024). Pengaruh brand experience dan brand image terhadap keinginan konsumen untuk membayar harga premium pada pembeli iphone di wilayah jawa timur. *Gemah ripah: Jurnal Bisnis*, 4(02), 6-22.
- Putra, R. Y. F., & Sary, K. A. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) dan Brand Experience (Pengalaman Merek) Terhadap Brand Trust (Kepercayaan Merek) CV HAK Creative Group. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 2174-2186.
- Purwianti, L. (2021). Pengaruh religioistik, ewom, brand image dan attitude terhadap purchase intention. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(1), 40-50.
- Putra, F. A. (2019). Pengaruh Brand Experience Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Layanan Jasa Go Food Didalam Aplikasi Go-Jek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 7
- Putri, W., & Harti, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Scarlett. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 346–363. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4143>.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian Bisnis*. Surabaya, Cipta Media Nusantara.
- Raharja, A. R. (2020). Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Pada PT. Daya Anugrah Mandiri Cabang Sungai Bahar Kab. Muaro Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 1(6), 188-192.
- Rita. (2020). *Brand Experience Global Business Marketing*. Binus University
- Saputra, G. G., & Fadhilah, F. (2022). Pengaruh Live Streaming Shopping Instagram Terhadap Kepercayaan Konsumen Online dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 442-452.

- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313.
- Sari, A. J., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 308-327.
- Stiawan, E., Ariska, Y. I., & Zoniarti, Z. (2025). *The Effect Of Brand Image, Digital Marketing, Product Quality And Price On Purchasing Decisions Of Indomie Products*. *Journal of Management, Economic, and Accounting*, 4(1), 41-50.
- Statistik dan Olah Data (Alna), Maret 2018, Konstanta, Mei 2025, <https://www.iqra.my.id/2018/03/konstanta.html>.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sujana, E. R., & Sari, D. K. (2023). Pengaruh Brand Experience dan Brand Engagement terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 554-558.
- Sukardi. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, Edisi Revisi. Bumi Aksara.
- Sya'idah, E. H. (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 5(3), 204-216.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Ting, L. I. P., & Basiya, R. (2024). Pengaruh Pengalaman Merek Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dimediasi Kecintaan Merek Konsumen Laptop Berbasis Intel Di Kota Semarang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 1066-1074.
- Wulandari, S. P., Hutauruk, W. R. B., & Prasetyaningtyas, S. W. (2021). Pengaruh brand ambassador terhadap purchase intention yang dimediasi brand image dan brand awareness. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 127-138.