

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kfc di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95-107.
- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh brand image dan electronic word of mouth terhadap minat beli konsumen Oriflame di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851-858.
- Alfairoza, I. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Parfum HMNS (The Influence of Brand Image, Brand Awareness, and Social Media on HMNS Perfume Purchasing Decisions). Available at SSRN 4246297.
- Alifyanti, U., Nirawati, L., Andarini, S., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 546-550.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14-25.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37-44.
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F. C. P., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The influence of brand awareness, brand image, and brand trust on brand loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412-426.

- Dhaefina, Z., AR, M. N., Pirmansyah, P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 43-48.
- 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.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Khoirunnisa, D., & Albari, A. (2023). The effect of brand image and product knowledge on purchase intentions with e-WOM as a mediator variable. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 12(1), 80-89.
- Kurniawan, A., Indriastuti, A., & Heridiansyah, J. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Go-Jek. *Jurnal Stie Semarang (EdisiElektronik)*, 14(1).
- Lin, Y. H., Lin, F. J., & Wang, K. H. (2021). The effect of social mission on service quality and brand image. *Journal of Business Research*, 132, 744- 752.
- Nurhandayani, A., Syarief, R., & Najib, M. (2019). The impact of social media influencer and brand images to purchase intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(4), 650-661
- Purwianti, L. (2021). Pengaruh religioetik, ewom, brand image dan attitude terhadap purchase intention. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 5(1), 40-50.
- Ramadhan, M. F., & Maryani, A. (2020). Brand Awareness Kartelokal sebagai Wadah Promosi Brand Lokal Bandung. *Prosiding ManajemenKomunikasi*, 6(2), 400-404.
- Sahabuddin, R., Rahman, F. A., Ruma, Z., & Anwar, A. (2022). Pengaruh Dimensi Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Alfa Retailindo (Carrefour) Pengayoman Makassar. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 47-57.

- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(4), 272-278.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2018). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap minat beli produk kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286-290.
- Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L., & Hendrayati, H. (2022). The role of social media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 185- 192.
- 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.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Suhaimi, A., Othman, A. A., & Kaliani, V. P. (2022). Visualising Food Safety Influence on Consumers' Purchase Intention Along the Supply Chain: A Bibliometric Analysis. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 28.
- Suwuh, J. L. A., Kindangen, P., & Saerang, R. T. (2022). The Influence of Korean Wave, Brand Ambassador, and Brand Image on Purchase Intention of Somethinc Skincare Products in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1146-1155.
- Tjahjaningsih, E., Nastiti, H. D., Isnowati, S., & UN, D. H. (2022). The Effect of Word of Mouth and Brand Image on Trust and Purchase Intention. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 17(2), 262-276.
- Waworuntu, E. C., Mandagi, D. W., & Pangemanan, A. S. (2022). „I See It, I Want It, I Buy It“: The Role of Social Media Marketing in Shaping Brand Image and Gen Z's Intention to Purchase Local Product. *Society*, 10(2), 351-369.

- Waworuntu, E. C., Mandagi, D. W., & Pangemanan, A. S. (2022). „I See It, I Want It, I Buy It“: The Role of Social Media Marketing in Shaping Brand Image and Gen Z’s Intention to Purchase Local Product. *Society*, *10*(2), 351-369.
- Wijaya, I. G. B., & Dewi, N. N. D. R. (2022). Pengaruh iklan dan brand image terhadap minat beli mie Lemonilo di Kota Mataram. *SOROT*, *17*(1), 59-68.
- Wulandari, K. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik (Studi pada Pengguna E-Commerce Sociolla). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, *9*(2).
- 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.
- Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio e-kons*, *10*(3), 220-227.