

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*.
- Alma (2016). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Kepada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*. 2(19), 378-385.
- Assuari (1996). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario 125 ESP di Dealer Panji Perkasa Perdana Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 2(3), 4.
- Dhewanto (2015). Pengaruh Orientasi Pasar dan inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*. 2(13), 106.
- Darmawan (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Bocah Tua di Hokky Graha Family Surabaya. *Universitas Bhayangkara Surabaya*. <https://eprints.ubhara.ac.id>.
- Ginting, Angelia, Salsabila, Damero, Primananda, Setyo (2023). Pengaruh *Green Marketing*, Inovasi Produk dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisipilin*.
- Jesslyn (2021). Pengaruh *Green Marketing*, Inovasi Produk dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus : PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisipilin*.
- Kotler dan Keller (2016). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shoope. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Kotler dan Bes (2004). Inovasi Produk pada Roti Di Jember. *Universitas Jember (UNEJ)*.
- Keller dan Armstrong (2016). *"Prinsip - prinsip Pemasaran"*. Edisi Kedua

Belas. Jilid Satu. Jakarta : Erlangga

Kotler, Keller, Brady, Goodman, Hansen (2019). *"Brand Marketing : The Art Of Branding"*. Bandung.

Keller dan Swaminathan (2019). *"Brand Marketing : The Art Of Branding"*. Bandung.

Kensiwi, Rachma, Khoirul (2020). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Smartphone Oppo di Alibaba Cell Malang. *Jurnal Riset Manajemen*. Falkutas Ekonomi UNISMA Malang.

Purwanti, Sarwani, Sunarsi (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Unilever Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.

Rangkuti (2004). Pengertian Brand Awareness. <https://hestanto.web.id>.
Ramadayanti (2019). Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*.

Riduwan dan Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta

Sudarsono (2020). Definisi Manajemen Pemasaran. <https://repository.stei.ac.id>.

Sipahutar, R. D. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *UIN SUSKA RIAU*. <https://repository.uin-suska.ac.id/60992/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Sefianti (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Abata Digital Printing Puwokerto. <https://repository.uinsaizu.ac.id>.

Yuningsih dan Silaningsih (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Bocah Tua di Hokky Graha Family Surabaya. *Universitas Bhayangkara Surabaya*. <https://eprints.ubhara.ac.id>.

Sugiyono (2017). Pengertian Random Sampel atau Random

Sampling.<https://library.unikom.ac.id>.

Sugiyono (2018). Pengertian Data Kuantitatif.<https://repository.stei.ac.id>.

Sugiyono (2019). Pengertian Data Primer.<https://repository.stei.ac.id>.

Sugiyono (2017). Pengertian Kuisioner.<https://digilib.sttkd.ac.id>.

Thompson dan Ginting (2013). Faktor-Faktor Determinan Keputusan Pembelian Secara Online Produk Fashion melalui Media Sosial Di Kota Ambon. *Jurnal Maneksi*. 2(8).

Wardhana, Aditya. (2019). *Brand Image dan Brand Awareness*. Telkom University.https://www.researchgate.net/profile/Aditya-Wardhana/publication/358140468_Brand_Image_dan_Brand_Awareness/links/61f28c218d338833e39b9442/Brand-Image-dan-Brand-Awareness.pdf?origin=publication_detail.

Zainuddin, Danamik (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Botol Pada PT Sinar Sosro Medan. *Jurnal Kreatif Agung* ISSN.