

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Aaker, David. 2015. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Ahmad, Maimun. Tinneke M. Tumbel, dan Johny A. F. Kalangi. 2020. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 10 No 1* 125-31.
- Amru Farobbi, dan M Syamsul Hidayat. 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Oppo (Studi Pada Toko Smartphone Kota Indah Cellular Krian). *Seminar Nasional Akuntansi Bisnis dan Manajemen (SNABM) 1th, Vol 1 No 1*, 71-81.
- Anggi Novitasari, dan Tatik Suryani. 2017. Peran Kepercayaan Merek, Citra Merek, dan Celebrity Endorsement Terhadap Loyalitas Merek Bedak Tabur Wardah. *Journal of Business and Banking, Vol 7 No 2*, 251-262.
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. 2022. Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Mie Instan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia, Vol 3 No 2*, 58-68.
- Bashira, B. 2019. Pengaruh Brand Awareness dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matic. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, No 8 Vol 1*, 34-42.
- Bastian, 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol 20 No 1*, 1-9.

- Celik, Zubeir 2022. The moderating role of influencer attractiveness in the effect of brand love, brand trust, brand awareness and brand image on brand loyalty. *Istanbul Ticaret University Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 148-167.
- Chabibi, Imam, Leonardo Budi Hasiholan dan Cicik Harini. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Dealer Jaya Motor Semarang). *Jurnal of Management Vol. 4 No 4*.
- DAM, T. C. 2020. Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 10*, 939–947.
- Delgado. 2017. Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing, Vol. 35 No. 11/12, pp. 1238-1258*.
- Dewi, I. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 178-186.
- Dhaefina, Zahra, et al. 2021. Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Volume 7 Nomor 1*, 43-48.
- Durianto, Darmad, Dkk. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (cet. Ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fadhilah, Arif. 2015. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengembalian Keputusan

- Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-ixion. *Jurnal MIX*, Vol.6, No.2:188-205.
- Fazal ur. R, dan Basheer M A. Ghazali. 2022. Evaluating the Influence of Social Advertising, Individual Factors, and Brand Image on the Buying Behavior toward Fashion Clothing Brands. *Journal SAGE Open*, 1-18.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Iwan, dan Kaman Nainggolan. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Awareness dan Harga Produk terhadap Minat Beli Mie Sukses (Studi Empiris pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang. *Cakrawala*, 146-155.
- Kertajaya, 2009. *Marketing in Venus*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2016. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- .Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Lemonilo. 2021. *Kenapa Mie Lemonilo Lebih Baik?* Lemonilo.Com.
- Lim, C. S., Hong, K. T., Wong, S.C., & Yee, L. H. W. 2021. Interaction Effect of Country of Manufacture and Brand Awareness on Malaysian Young Adults Purchase Intention of Low Involvement Product. *Marketing of Scientific and Research Organizations*, 39(1), 67–92.

- Negarawan, G. I. 2018. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Membeli Yang di Moderasi Oleh Tipe Kepribadian Ekstrovert. *Jurnal Fakultas Psikologi, No 22 Vol 1*, 60-66.
- Paramitra, Y., & Saleh, N. N. 2022. Efek Dukungan Selebriti, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, Vol 10 No 2*, 556-563.
- Ramadayanti, F. 2019. Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, Vol 6 No 2*, 111-116.
- Rini Astuti, dan Aldi Alfarizky. 2020. Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Mahasiswa/I Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi), Vol 1 No 2*, 32-42.
- Riyansa, Ardi. 2017. Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Motor Scooter Matic Vespa Piaggio (Studi pada Komunitas Modern Vespa Addict Lampung). *Jurnal Reporsitory Universitas Lampung Bandar Lampung*.
- Rohman, I. Z., dan Indaryadi, A. I. K. 2020. Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 9(2)*, 80-91.
- Rukhviyanti, Novi, et al. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Mie Instan Indomie pada Alfamart Cabang Putat. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi), Vol 13 No 2*, 87-95.

- Santoso, Agung Budi. 2018. *Tutorial & Solusi Data Regresi*. Penerbit Agung Budi Santoso: Jakarta.
- Sari, F. A dan Tafiprios. 2019. Pengaruh Citra Merek,Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Sedaap Instan (Studi Kasus di Daerah Jakarta Barat). *Scientific journal of management and business*, 36-46
- Severi, Erfan, dan Kwek Choon Ling. 2013. The Mediating Effect of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image, and Perceived Quality On Brand Equity. *Asian Social Science. Volume 9 No. 3*, 125-137.
- Sharon, F., Meilinda, L., Wijaya, S., & Iskandar, V. 2018. Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Beli Konsumen Pada Restoran dan Cafe di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol 6 No 2*.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta Selatan. Penerbit : Salemba Empat.
- Soliha, E., dan Fatmawati, N. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, No 10, Vol 1*. 1-20.
- Sopiah dan Sangadji. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugioyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.

- Suhardi, D., & Irmayanti, R. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*, Vol 3.(1), 53-62.
- Tingkir, Cindy Fransisca. 2014. Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.8, No.2, 62-69.
- Umar, Husein, 2005, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, G. R., dan Saputri, M. E. 2020. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement dan Loyalitas Merek pada Akun Instagram Tokopedia. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, No 5 Vol 2, 185-198.
- Vitrantri, F. R. 2020. The Effect of Innovation Products, Lifestyle and Brand Image on Purchase Decision of Datsun Type Cars. *JOBS (Journal Ff Business Studies)*, Vol 6 No 2, 135-146.
- Wijayasari, N., & Mahfudz, M. 2018. Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management Volume 7, Nomor 2*, 260-258.
- \_\_\_\_\_. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus*