

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Innova Pada PT. Agung Toyota (Automall) SM. Amin Pekanbaru.
- Aisyah, N., Rahman, M. A., & Aisyah, S. (2021). Analisis Islamic Branding Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Remaja Wanita Di Kota Makassar. *Jurnal Sipakalebbi*, 5(2), 180-196.
- Akbar, N. F., & Nurmahdi, D. A. (2019). Analysis of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Service Quality on User Satisfaction in Using Snaapp Communication Application in Ignatius Slamet Riyadi Karawang Elementary School. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 4(11).
- Alvarez, D. M., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (studi Di Lakukan Pada Konsumen Produk Eiger Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 8(3).
- Amelia, A. (2023). The Influence of Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Brand Loyalty and Price on Daihatsu Car Buying Decisions (Case Study at Daihatsu Pemalang Car Dealership). *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 3(1), 286-292.
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105-114.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Armawan, I. (2021). *The Influence of Brand Image, Service Quality and Perceived Value on Brand Loyalty And Brand Equity Toyota Avanza*. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(05), 828-842.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(1), 897.
- Dachi, A. (2020). Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan: Studi Pengguna Mobil Toyota Calya di

Kota Bogor dan Bekasi. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(2), 120-129.

- Dayanti, S. A. Y. U., Widad, A., & Nofiawaty, N. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Indomie pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Palembang.
- Fadila, D., Wahab, Z., Isnurhadi, I., & Widiyanti, M. (2021). *The effect of brand image, brand ambassador, and product quality on the purchase decision of Mustika Ratu products:(study on Sriwijaya University students)*. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 182-189.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 176-188.
- 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.
- Halim, A., & Hierdawati, T. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Avanza pada PT Agung Toyota Sipin Jambi. *JUMANJI (Jurnal Manajemen Jambi)*, 5(1), 70-78.
- Hartanto, N., Mani, L., Jati, M., Josephine, R., & Hidayat, Z. (2022). *Factors Affecting Online Purchase Decision, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty: An Empirical Study from Indonesia's Biggest E-Commerce*. *유통과학연구 (JDS)*, 20(11), 33-45.
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang). *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 115-121.
- Istifada, a. D. A., wijayantini, b., & winahyu, p. (2022). Pengaruh brand image dan atribut produk terhadap keputusan pembelian pada honda sekawan motor jember. *Growth*, 20(2), 310-322.
- Junia, Y. I. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 360-363.
- Keni, K. (2019). Pengaruh brand awareness, brand association, perceived quality, dan brand loyalty terhadap customer purchase decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176-185.

- Kharismatyawati, W., & Sihite, J. (2023). *The Influence of Brand Image, Brand Awareness and Consumer Attitude on the Purchase Decision of Non-Alcoholic Beers With Purchase Interest as a Mediator Variable*. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 4(5), 980-993.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition*. USA: Pearson.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan
- Lestari, A. D., & Syarif, R. (2021). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken (Studi Kasus KFC Buaran Plaza). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(3), 290-299.
- Limento, N. Y., & Cahyadi, L. (2020). Analisis Pengaruh Brand Loyalty, Brand Association, Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *JCA of Economics and Business*, 1(02).
- Listyarso, y. D., & yulianto, a. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Innova (Studi Kasus Di Kabupaten Pacitan). *Jurnal ilmu dan riset manajemen (jirm)*, 12(5).
- Mamang, and Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwar: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
- Mranani, N. A., & Lastianti, S. D. (2022). Hubungan Kelompok Acuan, Perceived Value, Perceived Quality dan Media Sosial terhadap Niat Pembelian serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Sepeda Pushbike (Studi pada Komunitas Pushbike Surabaya). *Media Mahardhika*, 20(2), 252-263.
- Muzammil, M., Rachma, N., & Rizal, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(06).

- Nadhiroh, U., & Rini, A. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 401-412.
- Nerson, n., adistira, a. B., & dwianto, a. (2022). Pengaruh experiential marketing, perceived quality dan advertising terhadap keputusan pembelian produk luwak white koffie. *Kalianda halok gagasan*, 5(1), 1-13.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh persepsi harga, citra merek, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian, *Jurnal Ilmiah Manajemen Terapan*. Vol 4 No.1
- Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 113-126.
- Nurhalim, A. D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Tangerang. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 51-59.
- Nurrohman, A., & Adiwijaya, K. (2021). The Effect Of Social Media Usage, And Ewom On Purchase Decision Involvement, Brand Image, And Brand Awareness In Subsidized Housing Industry. *International Journal Of Business And Economy*, 3(2), 36-51.
- Octaaviyah, L. (2019). Brand awareness dan perceived quality sebagai penentu keputusan pembelian ikan kaleng mackarel abc (studi di wilayah kota surabaya timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 1088-1094.
- Peter, J. P., & Olson, J. (2017). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta. Salemba Empat.
- Pratiwi, C. A., & Aminah, S. (2022). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian toyota avanza di auto 2000 cabang Ahmad Yani Surabaya. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(12), 5353-5360.
- Priansa, Donni (2017). *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Purwati, a. A., kristanto, k., & suhermin, s. (2019). The effect of brand image, product differentiation, and relationship marketing strategy on purchasing decision of toyota brand cars in pekanbaru (case study on toyota agung harapan raya). *Procuratio: jurnal ilmiah manajemen*, 7(3), 286-296.

- Putri, T. A., Marwan, M., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh brand image dan perceived quality terhadap keputusan pembelian produk kosmetik la tulipe di kota padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 734-743.
- Rachmah, F. N., & Andari, T. T. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Ban Hankook Pada PT. Budiyanto Semesta Grup Di Cikarang Kabupaten Bekasi. *KARIMAH TAUHID*, 1(6), 767-776.
- Rachmawati,, Tubastuvi,, Pramono, & Fakhrudin, (2022). Research Design To Analyze Factors Influencing Purchase Decisions (Online Business Platform Users). In *Proceedings of the 3rd International Conference of Business, Accounting, and Economics, ICBAE 2022, 10-11 August 2022, Purwokerto, Central Java, Indonesia*.
- Ramayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Rukmawan, M. R., & Sisilia, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Proses Keputusan Pembelian (studi Kasus Di Distribution Store Unkl347 Bandung). *eProceedings of Management*, 6(1).
- Sarah Suci, H., & Megayani, M. (2020). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Pada PT Bumen Redja Abadi cabang Tebet). *SI Manajemen*, 1-18.
- Sharliz, I. O., & Lusia, A. (2023). Pengaruh Harga, Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander Di Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 258-275.
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). *The Influence Of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, And Customer Value On Purchase Decision Of Toyota Agya Consumers: A Study Of Low Cost Green Car*. *Binus Business Review*, 11(3), 187-196.
- Sunarsi, D. dkk (2021). *Pengaruh Inovasi dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Unilever Indonesia*. *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.
- Sunarsi,D Dkk (2021). Pengaruh inovasi dan Brand Awareness Terhadap keputusan pembelian pada PT Unilever Indonesia. *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.

- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). *Influence Of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, And Brand Loyalty Of Shopee On Consumers' Purchasing Decisions. CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 16(1), 9-18.
- Surabagiarta, I. K., & Purnaningrum, E. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 294-301.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tannady, H., & Nurjanah, S. (2022). *Influence of Product Quality and Brand Image on Purchase Decision of Chevrolet Automobile Product. East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(10), 2313-2320.
- Tirtaatmaja, D. I., Tampi, J. R., & Punuindoong, A. Y. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Hasjrat Abadi Tendeand Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 90-95.
- Tjiptono, Fandy. (2014) *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Upadana, M. W. K., & Pramudana, K. A. S. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(5), 1921-1941.
- Wandi, S., & Abaharis, H. (2020). Pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas merek avanza di kota Padang. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP" Padang.
- Wulandari, A., Purwati, A. A., & Alfani, M. H. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa/I Pelita Indonesia Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 238-249.
- Zhao, J., Butt, R. S., Murad, M., Mirza, F., & Saleh Al-Faryan, M. A. (2022). Untying the influence of advertisements on consumers buying behavior and brand loyalty through brand awareness: the moderating role of perceived quality. *Frontiers in Psychology*, 12, 803348.