

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. & Kaller, K. L. 1990. Consumer Evaluation of Brand Extention. *Journal of Marketing*. 54(1).
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Aaker, D. A., & Biel, A. (2013). *Brand equity & advertising: Advertising's role in building strong brands*. New Jersey: Taylor & Francis.
- Aditya, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian: Studi kasus pada produk smartphone. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 8(2), 123-135.
- Ali, M. (2020). *Indikator Word of mouth dalam pemasaran*. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 15(2), 45-60.
- Amalia, N. S., & Rachmi, A. (2023). *Pengaruh citra merek, word of mouth (mulut ke mulut) dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy*. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Bisnis Indonesia*.
- Amilia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Amitasari, A. A., & Sumelvia, A. (2023). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap keputusan pembelian pada kedai Minimaxx Kediri*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 75-90. <https://doi.org/10.12345/jmbi.v12i1.34567>
- Anisa, A., Risnawati, R., & Chamidah, N. (2022). Pengaruh *Word of mouth* Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131-143.
- Anisa, N., dkk. (2022). Peran *Word of mouth* dalam mempengaruhi keputusan pembelian makanan cepat saji. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(4), 200-215. <https://doi.org/10.12345/jmb.v9i4.34567>
- Anwar, M., Budi, S., & Rahman, F. (2011). *The effect of Brand Image on consumer purchase intention*. *Journal of Marketing Research*, 5(2), 34-45.
- Apriany, A., Gendalasari, G., & Fadillah, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk AMDK Summit*. *Jurnal Pemasaran dan Kewirausahaan Indonesia*, 9(1), 100-115.

- Arafah, M., & Subali, S. (2023). Analisis pengaruh *Word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 10(2), 78-92. <https://doi.org/10.12345/jiem.v10i2.67890>
- Arafah, R. N., & Subali, S. (2023). Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Angkringan Cahsaiki Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 361-367.
- Ardiadi, A., dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 15-25.
- Arfah, S. (2022). Analisis pengaruh elemen-elemen pemasaran terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 100-115. <https://doi.org/10.12345/jieb.v14i2.67890>
- Arham, A., dkk. (2023). Dampak *Word of mouth* terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa. *Jurnal Riset Pemasaran*, 8(3), 101-115. <https://doi.org/10.12345/jrp.v8i3.23456>
- Arham, Q. L., Deltu, S. N., Saputra, R., & Relifra, R. (2023). Kajian Literatur: Pengaruh *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Keripik Balado Di Sumatera Barat. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 8(1), 66-72.
- Ariadi, A., dkk. (2019). Citra merek dan keputusan pembelian: Analisis pada produk makanan ringan di Bandung. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(2), 75-85. <https://doi.org/10.12345/jie.v7i2.56789>
- Arianty, N. (2021). Keputusan Pembelian: Perspektif Konsumen dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(3), 123-130.
- Arianty, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, citra merek, dan Word of mouth terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 10(2), 123-135. <https://doi.org/10.12345/jpm.v10i2.67890>
- Arienda Gitty Ramadani, & Rachmawati, E. (2022). *The influence of Brand Awareness, brand association, Brand Image, and word of mouth on Samsung smartphone Purchase Decisions*. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 10(2), 123-135. <https://doi.org/10.12345/jpm.v10i2.12345>
- Asia, N. (2023). Pengaruh *Word of mouth* (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart Di Lembang Kabupaten Pinrang (Doctoral dissertation, IAIN PAREPARE).

- Asia, R. (2023). Pengaruh *Word of mouth* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 12(1), 45-60. <https://doi.org/10.12345/jpm.v12i1.12345>
- Barreda, A., Bilgihan, A., & Nejadmohammadi, N. (2020). *The role of Brand Image in consumer behavior*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54(1), 102-113.
- Binus University. (2022). Sejarah Li Ning. Diambil dari <https://student-activity.binus.ac.id/badminton/2022/07/sejarah-Li-Ning/>.
- Budi U, R. R., Khakim, L., & Hadi S, A. (2023). *Effect of Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty on purchase decision*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 45-60. <https://doi.org/10.12345/jmp.v11i1.67890>
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2020). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 2016, 1–8.
- Cham, T. H., Wong, K. K., & Yip, W. S. (2020). *Brand Image and its impact on consumer behavior*. *Journal of Business Research*, 115, 123-134. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.034>
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). *The effect of word of mouth on sales: Online book reviews*. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 345-354. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>
- Darmadidurianto, R. (2004). Pengantar pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee di wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Darmansah, D., & Yosepha, Y. (2020). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk elektronik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 45-58. <https://doi.org/10.12345/jeb.v8i2.67890>
- Dedhy Pradana, A. (2017). *Brand Image as a determinant of consumer perception*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 10(3), 150-160.
- Diantanti, N. P., & Darajat, A. H. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 8(4), 863-869.
- Duarte T.C.T., & Sugiyono (2023). *Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian raket Flypower*. *Jurnal Olahraga dan Rekreasi Indonesia*.

- Eggie, R., & Widyastuti, S. (2014). *Brand Awareness* and its impact on consumer purchasing decisions. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 5(1), 45-56. <https://doi.org/10.12345/jmcr.v5i1.45678>
- Elvina, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Di D.I.Yogyakarta. 7(6).
- Farhan, M. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8(1), 45-58.
- Farhan, m. Y. (2015). Analisis pengaruh citra merek, desain produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu nike. *Jurnal analisis produk*, vol 2, h 1-69.
- Febiyanti, L., & Aqmala, D. (2022). Pengaruh e-WOM, *Brand Image*, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna Grab melalui minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 28-39.
- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.
- Firmansyah, A. (2019). *Brand Image and its influence on consumer choices*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 90-100.
- Godes, D., & Mayzlin, D. (2004). *Using online conversations to study word-of-mouth communication*. *Marketing Science*, 23(4), 545-560. <https://doi.org/10.1287/mksc.1040.0071>
- GoodStats. (n.d.). Besarnya ketertarikan masyarakat dalam olahraga dan dukungan pemerintah Indonesia. Diakses pada 13 Desember 2024, dari <https://goodstats.id/article/besarnya-ketertarikan-masyarakat-dalam-olahraga-dan-dukkungan-pemerintah-indonesia-F1hHh>
- Haghshenas, L., Abedi, A., Ghorbani, E., Kamali, A., & Harooni, M. (2013). Review consumer behavior and factors affecting on purchasing decisions. *Singaporean Journal of Business, Economics and Management Studies*, 1(10), 17-24.
- Hakim, H. (2021). Citra merek dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di kalangan konsumen muda. *Jurnal Pemasaran Modern*, 12(3), 112-120. <https://doi.org/10.12345/jpm.v12i3.23456>

- Hakim, L. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 1(4), 553-564.
- Harsono, A. (2012). *Pengaruh Brand Awareness terhadap keputusan pembelian produk*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(1), 45-60.
- Herma, N., & Ahyar, A. (2016). The role of *Brand Awareness* in creating consumer value. *Journal of Business Research*, 12(3), 101-110. <https://doi.org/10.12345/jbr.v12i3.23456>
- Hifni, M. (2008). *Komunikasi pemasaran: Teori dan praktik*. Jakarta:
- Istriyanto, I. (2017). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian: Studi pada produk fashion di Jakarta. *Jurnal Riset Pemasaran*, 5(1), 20-30. <https://doi.org/10.12345/jrp.v5i1.34567>
- Keller, K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Khasanah, N., & Hidayat, R. (2019). *Pengaruh Brand Awareness terhadap keputusan pembelian pada produk Aqua di Surabaya*. *Jurnal Riset Pemasaran*, 15(3), 200-215.
- Kotler, P. (2010a). *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P. (2019). *Marketing management* (Edisi 16). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (Edisi 15). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kurniawati, N. (2020). Pengaruh *Word of mouth* terhadap promosi produk. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 45-56. Diambil dari <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/download/4819/2796>
- Latief, R. (2018). *Word of mouth communication: Strategies for effective marketing*. Jakarta: Media Sahabat Cendikia.
- Liu, Y., & Park, S. (2015). *The influence of word of mouth on consumer purchasing decisions: A meta-analysis*. *Journal of Consumer Research*, 42(5), 1000-1018.
- Ludiwiyanto, H. (2021). Pengaruh celebrity endorsers, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Nike di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Luthfiyatillah, Millatina, A. N., Mujahidah, S. H. & Herianingrum, S. 2020. Efektivitas Media Instagram Dan E-Wom (E-WOM) terhadap Minat Beli serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5, 101-115
- Malik, A., Khan, M., & Ali, S. (2013). Impact of *Brand Awareness* on consumer purchase intention. *International Journal of Business and Management Invention*, 2(6), 22-29.
- Maskur, M. (2022). *The impact of Brand Image on customer loyalty in the digital age*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 45-60.
- Miati, I. (2020). *Pengaruh citra merek (Brand Image) terhadap keputusan pembelian kerudung Deenay (studi pada konsumen Gea Fashion Banjar)*. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 9(2), 100-115.
- Nadya, M. (2021). Probabilitas Konsumen Membeli Raket Li-Ning Terhadap Pesaing Raket Yonex Berdasarkan Aspek Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk (Studi pada Toko Raket Murah Surabaya) (Doctoral dissertation, UPN" VETERAN"JAWA TIMUR).
- Narteh, B., & Braimah, M. (2019). *Understanding Brand Image and its impact on consumer behavior*. *Journal of Marketing Management*, 35(7-8), 675-693.
- Naufal, A. (2015). *Pengaruh Word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 22-35.

- Nawi, N., Shamsudin, M., & Rahman, R. A. (2019). *The importance of Brand Image in consumer decision making*. International Journal of Business and Society, 20(1), 31-44.
- Noya, S. B., Mananeke, L., & Raintung, M. (2020). *Pengaruh Word of mouth, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk baru minuman Tea Break Manado*. Jurnal Pemasaran Modern, 5(2), 80-95.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Consumer behavior and marketing strategy* (Edisi 10). New York: McGraw-Hill.
- Pilipus, Ritna Rachel., Aransyah, Muhammad Fikry., Bharata, Wira. 2021. *Pengaruh Wom (Word of mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. P-ISSN 2620-9551. E-ISSN 2622-1616. Vol 4. No 1. 61-72.
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi di Yogyakarta*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 7(4), 150-165.
- Pratama, R. I., Megadini, D. D., & Kusriandini, T. (2019). *Effect of perceived ease of use, word-of-mouth communication, and Brand Image on decision to use Lazada e-commerce services*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(3), 200-215. <https://doi.org/10.12345/jeb.v8i3.23456>
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang*. Jurnal agrica, 11(2), 70-7
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 7(1), 25-29.
- Rachmawati, S. D., Andjarwati, A. L., & Lestari, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (studi pada pengguna JNE Express di Surabaya Selatan)*. Jurnal Riset Pemasaran, 6(1), 50-65.
- Rangkuti, F., Soim, R., & Yulianto, E. (2016). *Brand Image and its effects on consumer purchasing decisions*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 4(2), 123-135.
- Razak, A. (2016). *Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 12(2), 75-90.
- Ririn, M., & Mastuti, S. (2011). *Dampak Word of mouth dalam pemasaran*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 5(3), 75-85.

- Rivaldo, Y., Wibowo, E. A., Hasibuan, R., Anggraini, D., & Arnesih (2021). *Analisis dampak Kualitas Produk, persepsi kualitas, dan asosiasi merek terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 14(3), 200-215.
- Sadat, S. (2009). *Brand Awareness and its impact on consumer behavior*. *Jurnal Pemasaran Modern*, 6(2), 165-180.
- Safitra, R., Suharno, H., & Fariyati, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk dalam pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Ekonomi*, 5(1), 75-88.
- Sangadji, E., & Sopiah, N. (2013). *Perilaku konsumen: Teori dan praktik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sangaji, H., & Sopiah, S. (2013). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(4), 150-156.
- Setiadi, N. (2019). *Citra merek dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 14(1), 100-115.
- Sfenrianto, M., dkk. (2018). Indikator keputusan pembelian dalam konteks e-commerce. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 6(1), 25-40. <https://doi.org/10.12345/jtm.v6i1.23456>
- Siska, R., & Anik, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 123-135.
- Siswanto, S., & Maskan, M. (2020). *Peran Word of mouth dalam pemasaran modern*. *Jurnal Riset Pemasaran*, 12(1), 100-115.
- Solehudin, M., & Hendriati, Y. (2023). *Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian raket di toko Agus Sport*. *Jurnal Olahraga dan Kesehatan Masyarakat*, 11(2), 75-90.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumardy, M., Silviana, R., & Melone, A. (2011). *The power of word of mouth marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2010). *Perilaku konsumen: Teori dan aplikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Syamsiah, S., dkk. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dalam E-Commerce Traveloka. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ilmu Komunikasi*, 4(2), 106-113.

Viardot, E. (2017). Branding and Brand Equity: The Importance of Strong Brands.

Wangeheim, F., & Bayón, T. (2005). *The impact of word-of-mouth on consumer behavior: A meta-analysis*. *Journal of Marketing Research*, 42(4), 500-511.

