

DAFTAR PUSTAKA

- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i2.381>
- 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. <https://doi.org/10.32487/jshp.v4i2.843>
- Dewi S. E. K., & Pertiwi, R. P. (2020). Efektifitas Penerapan Model Pembelajaran Kolaborasi Talking Stick Dan Tebak Kata Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Pelajaran IPA Di Madrasah Ibtidaiyah Belitang Mulya. *Jurnal Edukasi MADrasah Ibtidaiyah*, 2(1), 13–20. <https://doi.org/10.30599/jemari.v2il.591>
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16–26. <https://doi.org/10.26460/jm.v7i1.240>
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 120–136. <https://doi.org/10.37531/mirai.v5i3.690>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, Siswoyo. 2016. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel PLS*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing , Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25–31. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22571>
- Nasib, & Bashira. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matic. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 34–42. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i1.1137>
- Nurbiyanto, B., Sustiyatik, E., & Nur Laely. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian dan Hubungannya dengan Loyalitas Pelanggan Pada Supermarket Xx. *Risk: Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 2(1), 54–85. <https://doi.org/10.30737/risk.v2i1.1752>

- Prasetyo, D. W., & Murti, W. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi PT. Matahari Departemen Store. *Jurnal Manajemen FE UB*, 9(2), 43–65. Retrieved from <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/view/908>
- Ramadhani, R., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Pengguna Kartu Simpati di Wilayah Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–10. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/14876>
- Rosita, R. D., Budiarto, B., & Kismantoroadji, T. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Mataram. <https://doi.org/10.31315/jdse.v21i1.3941>
- Sambrono, J., Budiarti, L., & Santoso, E. B. (2019). Penaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Togamas Malang. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v13i1.67>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31–43. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i1.265>
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen*. CV. Pustaka Ceria.