

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Aaker, David A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jaya, I Made Laut Mertha. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Penerbit Quadrant.
- Jobber, David dan Chadwick, Fiona Ellis. (2019). *Principles and Practice of Marketing, Ninth Edition*. London: McGraw-Hill Education.
- Kotler, Philip, dkk. (2018). *Principles of Marketing seventeenth edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, dkk. (2019). *Marketing Management, 4th European Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kusuma, A. H. P., dkk. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi, dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Panuju, Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Riyanto, Slamet dan Hatmawan, Aglis Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

JURNAL:

- Abdullah, T., Siswhara G., dan Asyifa, F. N. (2019). *Increasing Consumer Purchase Decisions Through Positioning Brands. Tourism Scientific Journal*. 4(2): 201-210.
- Ariadi, A., Yusniar, M. W., dan Rifani, A. (2019). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda di Kota Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*. 7(3): 252-268.
- Himawan, Evan. (2019). Pengaruh *Green Brand Positioning, Green Brand Attitude, Green Brand Knowledge* Terhadap *Green Purchase Intention*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. 3(2): 110-115.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., dan Thio, S. (2019). Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, dan Security* Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. 6(1): 19-29.
- Kurniasari, Meatry dan Budiatmo, Agung. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing, Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. 7(3): 1-7.
- Mujiaty, Yulia., Asmadi, Iwan., Novayanti, Deasy., dan Octafiany, Hany. (2022). Pengaruh *Brand Awareness dan Brand Positioning* Terhadap Pembelian Produk Chocولات PT. Garudafood Jakarta. *Dimensi*. 11(2): 338-345.
- Mungkasa, O. (2020). Bekerja dari Rumah (*Working From Home/WFH*): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. *The Indonesian Journal of Development Planning*. 4(2): 126-150.
- Nabila, Sheila Mariah. (2019). Pengaruh *Review Produk dan Brand Awareness* Terhadap *Trust* dan Minat Beli: Studi Kasus Review Flow Fushi Ion De Cushion Oleh Allyssa Hawadi Melalui Instagram. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3(1): 107-121.
- Pratama, A. B., dan Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 27(2): 927-953.
- Sholihah, Maratush dan Wels, Henny. (2018). Pengaruh *Brand Awareness, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal* Terhadap *Brand Attitude* Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Ice Cream Magnum. *UPAJIWA*

DEWANTARA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen Daulat Rakyat.
2(2): 112-124.

Yulianto, Andri. R., Subariyanti, Herudini., dan Wardhana, Ananto. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi.* 22(2): 165-178.

WEBSITE:

Bayu, Dimas. (2022). Riset: Milenial Paling Banyak Belanja di E-Commerce pada 2021. Diakses pada 17 Mei 2023 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-milenial-paling-banyak-belanja-di-ecommerce-pada-2021>

Tehman tea. (2021). Diakses pada 1 Juni 2023 dari <https://www.tehmantea.com/>