

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, nendy pratama, Octavia, yusi faizathul, Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, siti yiuiana, Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, adiek astika clara, Endrawati, budiani fitria, Sahadarliyah, Andayani, sri umiatun, & Tabun, melkianus albin. (2022). *manajemen pemasaran* (A. Bairizki (ed.)). seval literindo creations.
- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye & E. D. Widyawaty (eds.)). Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (T. Bahfiarti (ed.)). Airlangga university press.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *BRAND, ISLAMIC BRANDING, & REBRANDING*. PT RajaGrafindo Persada.
- Choiriyah, Z., & Sa'adah, L. (2021). *penerapan strategi pemasaran di cv. zam-zam*. institute for research and community service universitas KH.A Wahab Hasbullah.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R²)*. Guepena.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (B. S. Fatmawati (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 148–163. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/1786>
- Ferine, kiki farida, & Yuda. (2022). *DETERMINATION OF FASHION PRODUCT PURCHASE DECISIONS ON ONLINE SHOP SITES*. media strait.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Deepublish.

- Hasibuan, R., & Purba, R. C. P. (2022). *Transfer Pricing Pengaruhnya pada perusahaan Jasa*. Penerbit NEM.
- Inayati, L. S., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2461–0593), 5–6.
<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/view/3064>
- Iswandi, M., & Ester, dan S. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Supermarket Gelael MT Haryono*. 12(1), 16–25.
- Jamaludin, Ilmie, muhammad bahrul, Dewi, G., Misno, Kamaruddin, A., Shiddieqy, hasbi ash, Norman, E., Jamaludin, Putra, bayu purnama, Syafruddin, Muslim, u. buchari, Anwar, N., & Handoyo. (2022). *metodologi penelitian ekonomi islam* (Fachrurazi & nuri hidayatus Sholihah (eds.)). publica indonesia utama.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *FACTORS FOR PURCHASING DECISIONS FOR HALAL LABELED COSMETICS*. NEM Publisher.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula (Studi Kasus Konsumen Susu Dancow *Ekuitas*, 1(1), 1–8.
[http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3115%0Ahttp://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/3115/Mega Rumintang Panjaitan.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3115%0Ahttp://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/3115/Mega%20Rumintang%20Panjaitan.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Musfar, T. F. (2021). *Manajemen Produk dan Merek* (R. R. Rerung (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.

- Priyatno, D. (2023). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Cahaya Harapan.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Tenggana, arlin ferlina M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B. P., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Widina bhakti Persada Bandung.
- Rasmini, N. W. (2023). *Buku Ajar Statistika Pendidikan*. Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Rianto, J. (2023). *semua tentang merek*. Nas Media Pustaka.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Saleh, Y. M., & Said, M. (2019). *Konsep dan Srategi Pemasaran* (Sobirin (ed.)). CV Sah Media.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Unadjaran, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (K. Sihorang (ed.)). Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wicaksana, P. grieffanny, Zaidan, A., Ratnaningtyas, L., Hidayat, T., Arista, nurmala arfany, Maulana, naili muhibbatin ni'matul, Zein, zahwa aulia, Angelicha, W., Nur'aini, K., Wahyu, dina ardiah, Ruky, sikkyia demitha, Rachmawati, S., Nafiah, mutiara lavidia ilma, Salsabila, navania rizki, Annisa, shefiera nur, Shavira, P., & Amalia, adinda rizqika. (2022). *pemasaran kewirausahaan sosial dari perspektif teori* (L. Purwito & Ahmad (eds.)). inara publisher.
- Wijaya, R., Yuliana, djati imania, Fiandari, rima yulist, Praharjo, A., & Hilmi, luqman dzul. (2022). *mengulik bisnis transmart carrefour*. pustaka persadaban.
- Wisnu, D., & Permana, gilang indra. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli*. pustaka peradaban.

Yenni, A. (2020). *keputusan pembelian produk* (N. Bincar (ed.)). PT inovasi pratama internasional.

Website :

<https://databoks.katadata.co.id> (diakses pada November 2022)

<http://www.topbrand-award.com> (diakses pada November 2022)

www.topbrand-award.com (diakses pada Desember 2022)

<https://www.ibisnis.com/indofoodcbp/sarimi> (diakses pada Mei 2023)

