

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti. (2020). *metode penelitian kuantitatif*. DEEPUBLISH.
- Aliva Rahma, D., Hartono, & Nawangsih. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Apple pada Kalangan Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. *Of Organization and Bussiness Management*, 5, 266–273.
- Alma, P. D. B. (2018). *Metode dan teknik menyusun tesis*. ALFABETA.
- Amelia, A. D., & Irdiana, S. (2023). *Pengaruh Kualiatas Produk , Harga , Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Daging Sapi (Studi pada Lapak Pak Sotro Pasar Klakah Lumajang)*. 213–220.
- Anggie Putri Septi Mardiyana, S. A. P. P. (2023). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat UNDIP. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2), 124–138.
- Arista, D. E., & Astuti, S. R. T. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Selera Konsumen. *Jurnal Ilmiah Riset*, 13(1), 37–45.
- Arsi, A. (2021). Langkah-Langkah Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen dengan Menggunakan SPSS. *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad*, 1–8.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT. RAJAGRINDO PERSADA.
- Azaria, P. A., & Utami, N. H. (2022). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Zorlien Led Yang Dimoderasikan Teknologi Internet (Studi Pada Mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Jesya*, 5(2), 2633–2646.
- Conner, Mark, Norman, P. (2005). *Predicting Health Behaviour: A Social Cognition Approach*. Gramedia.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)*. Guepedia_.
- Fika Riskiana Sukma P., Susanto, L. T. H. H. (2021). *Pengaruh Green Marketing , Inovasi Produk , dan Brand Image Terhadap Minat Beli*. 9(1), 33–42.
- Gangga Anuraga, Artanti Indrasetianingsih, M. A. (2021). *Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R*. 6(1), 1–13.
- Gunawan, Kunto Inggit ; Mataji; Santoso, S. (2023). *Pengaruh Media Sosial Marketing, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli*

Skincare Ms Glow Di Surabaya. 03(04), 1–17.

- Hendri Khuan, Andry Mochamad Ramdan, Andriya Risdwiyanto, Widyastuti, S. W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Pada Produk Kosmetik Halal Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli. *Jurnal Edunomika*, 08(July), 1–23.
- Hidayati, F., Ermawati, E., & Irwanto, J. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis Brand Aulia Fashion (Studi Kasus Pada Warga Kec. Padang-Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(1), 63–70.
- Irwan, G., & Siti, A. (2018). *Alat Analisis Data (Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi & Sosial)* (C. Putri (ed.)). ANDI (Anggota IKAPI).
- Izzah Nur Masyithoh, & Ivo Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1).
- Laili Sofia Inayati, & Dewi Urip Wahyuni. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(4), 1–20.
- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(1), 38–57.
- Meilan, R., Wahid, M. A. A., Kom, S., Imamatin, M. K., Putri, L., Pradipta, M. A. H., Akun, M., & Ak, M. (2023). *Kewir ausah aa n. anggota IKAPI*.
- Mulyanto, J. J. (2019). *Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pokpiah Surabaya Di Wilayah Surabaya Barat. 4(April)*.
- Nurul Tamara, A. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Celebrity Endorser terhadap Kepercayaan serta Dampaknya pada Minat Beli Produk (Studi ada Konsumen Madeenaa.id). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(9), 1456–1476.
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity*, 1(5), 446–452.
- Powa, G. A., Lopian, S. L. H. . J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1188–1197.
- Prasetyo, F. I., Budiyanto, M. A., & Reformasi, E. (2022). Pengaruh Brand

- Awareness, Brand Loyalty dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Online di Marketplace Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 58–67.
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., & ... (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu ...*, 1(4), 754–763.
- Priansa, donni juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV. Pustaka Setia.
- Prof. Dr. Imam Ghozali, M. C. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga Pratama.
- Riyanto, S., & Hatmawan, aglis A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. DEEPUBLISH.
- Ronny Sanjaya, L., & Hidayat, I. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha NMAX. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–15.
- Rouf, A. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Insania.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286.
- Siska Lifani, M. U. dan R. K. (2022). *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk Usaha Siwng Nounna Saritie Kabupaten Indramayu*. 1(2), 83–92.
- Stella, S. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Minat Beli di Sociolla di Jakarta. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Issue 6, p. 611).
- Sugiyono, prof. D. (2014). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono, prof. D. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (M. T. Sutopo (ed.)). ALFABETA.
- Sulistyan, R. B., Carito, D. W., Cahyaningati, R., & Muttaqien, F. (2023). *Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Produktif dan Pelestarian Budaya Banyuwangi Application of Digital Marketing in Efforts to Empower Productive Communities and Preserve Banyuwangi Culture*. 6(1), 75–82.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439.
- Tunner, J. F., Day, E., & Crask, M. R. (1989). Protection motivation theory. *Journal of Business Research*, 19(4), 267–276.
- Uliya, F., Wahono, B., & Bastomi, M. (2020). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Marketing Communication Terhadap Minat Beli Produk Herborist Juice For Skin (Studi Kasus Generasi Z Kota Malang). *Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Trarintya, M. A. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(2), 486–492.
- Wijayanti, R., Paramita, D., Widya, S., & Lumajang, G. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Yanti, M. O. Z., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosial Merek, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–15.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 2(2), 18.