

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Mengelola Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Nama Merek*. New York: Free Press.
- Aaker, DA (2014). *Membangun Merek yang Kuat*. New York: Pers Bebas.
- Aaker, DA (2014). *Membangun Merek yang Kuat*. New York: Pers Bebas.
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Pelanggan Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Pelanggan Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Amalia, N. R., Mawardani, M., Manajemen, P., Ekonomi, F., Semarang, U., Akuntansi, P., Ekonomi, F., Semarang, U., Image, B., Ambassador, B., Image, B., Awareness, B., & Pembelian, K. (2022). 6069-17352-1-Pb (1). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 403–413.
- Anas, M. F., & Ratnanto, S. (2021). Analisa Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya 12 Merah Berdasarkan Harga , Citra Merek (Studi Pada Warga Desa Talun Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Manajemen*, 1–7.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arista, D. E., & Astuti, S. R. T. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Selera Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Riset*, 13(1), 37–45.
- Arslan, M., & Zaman, R. (2014). Dampak Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Pelanggan. *Penelitian Humaniora dan Ilmu Sosial*, 4(1), 22-32.
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84. www.gadget.bisnis.com
- Caron, J., & Markusen, J. R. (2016). *Jurnal Cinta Buta*, 8(2), 1–23.

- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dinaria, E., Candra, E., Marita, Y., Studi, P., Kesehatan, S., Stikes, M., & Ma, A.-. (2023). Pengaruh Penyuluhan Kesehatan Terhadap Pengetahuan Tentang Bahaya Merokok. *Jurnal Ilmiah Multi Science Kesehatan*, 15(2), 197–205.
- Ghozali, I. (2020). 25 Grand Theory. Semarang: Yoga Pratama
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Melalui Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryoko, S. (2021). *The Importance of Conceptual Framework in Research*. Journal of Research Methodology, 9(1), 15-25.
- Hendrawati. (2017). Perusahaan Asuransi Kesehatan Title. *Jurnal Akuntansi*, 11, 40–59.
- I wayan Dony Eka Putra, I Wayan Surjana, N. N. A. N. (2022). Jurnal EMAS. *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70.
- Jakaria, P. N. (2022). *Gambaran Kadar Hemoglobin Pada Perokok Aktif Di Rt 02 Dusun Wanasari Desa Dauh Puri Kaja Kecamatan Denpasar Utara*. 1–15.
- Keller, KL (2013). *Manajemen Merek Strategis*. Upper Saddle River, NJ: Pendidikan Pearson.
- Keller, KL (2013). *Manajemen Merek Strategis*. Upper Saddle River, NJ: Pendidikan Pearson.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 394–411.
- Kodrat, D. Sukardi. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce*. Jakarta Timur: Prenada Media.
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15).
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran*. edisi ke-15. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran*. edisi ke-15. Pearson.
- Kurniawan, F., & Effendi, S. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Iklan Media Sosial dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Customer Bintang Motor Jaya Buaran). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1585>

- Lestari, D. P., & Dwiarta, I. M. B. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Ulang Rokok Gudang Garam Surya 12 di Gresik. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 242–250.
- Lindungihutan.com. (2022, 12 Juli). Merek ialah: Pengertian Menurut Para Ahli, Bagian, Fungsi, Jenis dan Manfaatnya. Diakses pada 12 Juli 2022, dari <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-merek-ialah/>
- Lutfi Ardiansyah, Zainul Arifin, & Dahlan Fanani. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(2), 75–83. <https://media.neliti.com/media/publications/71640-ID-pengaruh-daya-tarik-iklan-terhadap-efekt.pdf%0Aadministrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Magdalena, M., & Diva, A. S. P. (2023). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Esse di Bukit Tinggi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 166–186.
- Mandey, J. B. (2013). Promotion, distribution, and price influence the purchasing decision of Surya Promild cigarettes. *Journal of EMBA*, 1(4), 95–104.
- Mashudy, M., & Surianto, M. A. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya 12 (Studi Pada Pelanggan Di Kabupaten Gresik). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 47–60. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i1.7725>
- Mutia K, Kaharuddin, & Turlina Hasmawati Sihite. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Mitra Cahaya Nauli. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 173–183. <https://doi.org/10.59024/jise.v1i2.119>
- Novita, D. (2022). *Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung)*. 2(1), 55–66.
- Nurhayati, I. (2012). Bahaya Rokok Bagi Tubuh (Telaah Pustaka). In *JK eM-U* (Vol. 4, Issue 12, pp. 32–36).
- Oliver, RL (2014). "Model Kognitif dari Antecedent dan Konsekuensi Keputusan Kepuasan." *Jurnal Riset Pemasaran*, 17(4), 460–469.
- Prasidda, I. A., & Prihatini, A. E. (2017). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Rokok Marlboro PT. Hm Sampoerna Tbk.(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 134–143.
- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>

- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rahmi, R. (2012). Poltekkes Kemenkes Yogyakarta | 9. *Jurnal Kesehatan*, 6(6), 3. <http://eprints.poltekkesjogja.ac.id/1134/4/4>.
- Ridwan, M. (2015). *Metode dan Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sahati, A., Ali, M. M., Fanji, F. W., & Salsabila, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(3), 688–707. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1976>
- Sahir, S. Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Bantul-Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sari, A. J., Udayana, I., & Cahya, A. D. (2021). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Sari, D. sitta kartika. (2017). Pengaruh promosi, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada rokok gudang garam di surakarta. *Jurnal Of Business And Management*, 5(2), 6–13.
- Sedjati, R. Sri. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Space, W. L. (2013). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 34(7), 700–701. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, M., & Alfanjari, muhammad syauqi. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air mineral aqua. *Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi*, (1), 12.
- Tanzeh, A. (n.d.). *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 99 Ibid., hal. 104 49. 49–60.
- Thompson, J. (2015). *Emotional Branding: Paradigma Baru untuk Menghubungkan Merek melalui Masyarakat*. New York: Palgrave Macmillan.
- Verihubs.com. (2023, 20 November). Brand Awareness: Tujuan, Contoh, & Cara Meningkatkan. Diakses pada 20 November 2023, dari <https://verihubs.com/blog/brand-awareness>
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 29–30.
- Wahyuni, Y. S., Muttaqien, F., & Darmawa, K. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Surya di Kecamatan Jatiroto. 3, 3(2), 168.
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen* |, 1, 910–918.
- Williianti. (2020). Pengaruh Citra Merek,Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk Smartphone. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.