

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2014). *Building strong brands (10th ed.)*. New York, NY: Simon & Schuster.
- Aaker, D. A. (2017). *Building Strong Brands*. 10th ed. Simon & Schuster.
- Aaker, D. A. (2018). *Building Strong Brands*. 10th ed. Simon & Schuster.
- Adiwidjaja, A., & Tarigan, M. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 1-12.
- American Marketing Association (2021). *Marketing Definition*. Diakses pada 7 Oktober 2023 dari <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- American Marketing Association. (2017). *Glossary of Marketing Terms*.
- American Marketing Association. (2022). *Brand*. Diambil dari <https://www.ama.org/topics/branding/>
- Ayuningtyas, P. (2023). *Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian produk digital*. Skripsi, Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat, Indonesia.
- Ayuningtyas, Putri. 2023. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Digital (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Iphone)*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- D'Astous, A. (2019). *Brand management: Concepts, strategies and cases (5th ed.)*. New York, NY: Routledge.
- Databoks. (2023, Maret 3). *5 e-commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal I 2023*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Dewi, R., Edyanto, H., & Siagian, F. T. (2023). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Jasa Pendidikan)*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 13(1), 1-12
- Hidayah, N. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 1-11.
- Hidayah, Nurul. 2023. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Honda)*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Investor Daily. (2023, Agustus 2). *Shopee, Tokopedia, dan Lazada, Siapa Juara?* Diakses dari <https://investor.id/business/319585/shopee-tokopedia-dan-lazada-siapa-juara>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (5th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- Keller, K. L. (2015). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. 5th ed.* New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. England: Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. 16th ed. England: Pearson Education.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2022). *Marketing Management*. 16th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2015). *Marketing*. 12th ed. New York: McGraw-Hill Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Marketing*. 12th ed. New York: McGraw-Hill Education.
- MarkPlus. (2023). *Influencer Marketing Report 2023: Asia Pacific Insights*. Diakses dari [https://www.markplusinc.com/industry\\_report/influencer-marketing-report-2023-asia-pacific-insights](https://www.markplusinc.com/industry_report/influencer-marketing-report-2023-asia-pacific-insights)
- Maulida, R. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Samsung)*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 15(2), 1-11.
- Maulida, R. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 15(2), 1-11.
- Permata, M., Kurniawan, B., & Setyorini, N. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Pada Marketplace Tokopedia*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Ekonomi Kreatif, 2(2), 16-23.
- Permata, M., Kurniawan, B., & Setyorini, N. (2023). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Jasa Kesehatan)*. Jurnal Manajemen Bisnis, 23(1), 1-12.
- Porter, M. E. (1996). *What Is Strategy?* *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Putri, A. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 17(2), 1-11.
- Putri, Anisa. 2023. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Toyota)*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rahmawati, A. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Zara)*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 15(1), 1-11.
- Rahmawati, A. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Indomie)*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 17(1), 1-11.
- Rahmawati, A. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 16(1), 1-11.
- Rahmawati, A. (2023). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 14(1), 1-11.
- Rahmawati, I. (2019). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Wardah)*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 14(2), 1-11.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif: Aplikasinya Dalam Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Analisis Data Statistik dengan SPSS*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, M. (2022). *Analisis Jumlah Sampel Penelitian Kuantitatif dengan Rumus Slovin*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 124-132.
- Taufiq, S. (2014). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Batik Merek The Bluesville)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 1-11.
- Tokopedia. (2023, Agustus 3). *Our story*. Diakses dari <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>
- Yusuf, M. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran*. Jakarta: Kencana.
- Abubakar, A. M. and Ilkan, M. (2016). *Impact of Online WOM on Destination Trust and Intention to Travel : A Medical Tourism Perspective*. *Journal of Destination Marketing and Management*. Vol.5,192-201.