

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. . Jakarta: : Mitra Utama.
- Abas, M. (2022). 4.5 Penjelasan Ciri-Ciri Penelitian Kuantitatif. Dalam M. Abas, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (hal. 37).
- Agmeka, F. W. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. . *Procedia Computer Science*, , 161, 851–858. .
- AGUSTIANA, D. I. (2021). Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Pelayanan, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk dan Jasa Kecantikan (Studi Kasus pada Konsumen Ella Skincare di Kota Semarang).
- Ahmad. (2015). *Pemasaran Salesmanship, 2013 , Aplikasi Prilaku konsumen, Cetakan Keempat*, . Jakarta : : Lentera Ilmu Cendekia.
- Al, A. F. (2016). Pengaruh Sumber Daya Finansial, Aset Tidak Berwujud dan Keunggulan Bersaing yang Berimplikasi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Lombok NTB.
- Alfianto, E. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Reputasi Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. . *Sketsa Bisnis*,, 5(1), 1-14.
- Aliami, S. &. (2022). Faktor Internal Dan Eksternal Perilaku Konsumen: Fenomena Dalam Keputusan Membeli Pada Rumah Makan Keboen Rodjo Kediri.
- Amanah, D. &. (2018). Pengaruh komunikasi pemasaran perusahaan terhadap kesadaran merek pelanggan. . *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, , 11(3), 207-216.
- Ambiyah, D. P. (2024). Analisis reputasi merek terhadap keputusan pembelian pada merek iPhone. Indo-Fintech Intellectuals: . *Journal of Economics and Business*, , 4(5), 1723-1737.
- Amir, R. M. (2025). Riview Artikel: Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi: Review Article: The Effect of

- Price and Promotion on Consumer Purchase Decisions. . *Jurnal Agriness*, , 3(2).
- Angga Prasetyo Adi Putra, T. S. (2021). Pengaruh Tangible Asset, Intangible Asset, Dan Kapabilitas Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dira Cafe And Pool.
- Ardiawan, K. N. (2022). *Penelitian kuantitatif*. . Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: : Bumi Aksara. .
- Ballester, E. D. (2019). The impact of brand reputation on customer satisfaction and loyalty: A conceptual model. . *Journal of Business and Retail Management Research*,, 13(3), 163-171.
- Cahyani, I. P. (2023). Peran Citizen Marketers Dalam Membangun Brand Lokal Indonesia di Era Digital. Ekspresi Dan Persepsi: . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, , 6(1), 62-75.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing Strategy, Implementation, And Practice*. Pearson.
- Creswell, J. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative. Approaches*. . London: : SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. . Yogyakarta: : Pustaka Pelajar.
- Dahlan, M. S. (2015). *Statistik untuk Kedokteran dan Kesehatan*. . Jakarta: : Salemba Medika.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. . Guepedia. .
- Devi, A. C. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. . *Journal Of Student Research*, , 1(5), 113-123.
- Dwijaya, O. R. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JCO. Indo-Fintech Intellectuals: . *Journal of Economics and Business*, , 5(1), 4112-4127.

- Engel, J. B. (2010). *Perilaku Konsumen. Alih bahasa Budiyo*. . Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fachrurrozi, R. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Kawasaki Ninja 250 cc di Semarang (Studi Pada PT. Sinar Gemala Sakti Semarang). Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fadli, Z. (2023).). 1.3. *Definisi Bisnis. HUKUM BISNIS DI ERA MODERN*, .
- Fahlefi, D. R. (2020). Pengaruh Brand Similiarty, Brand Reputation, Brand Perceived Quality, dan Brand Innovation Terhadap Brand Image Permen Relaxa di Kabupaten Kendal . *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 12(3), 42-56.
- Firdaus, A. Y. (2024). Pengaruh Reputasi Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum NU Berkah. Mutiara: . *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*,, 2(6), 84-98.
- Fisya., H. (2023). Pengaruh citra merek, desain produk dan Word of Mouth terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mie Gacoan cabang Buah Batu Kota. . *Jurnal Ilmiah*, , 31.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8*, . Semarang: : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. .
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. . Semarang: : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, . 2(1), 69-72. .
- Hafishah, N. (2023). Pengaruh Brand Reputation Terhadap Keputusan Pembelian Followers Pada Akun Instagram@ heylocal. id (studi pada anggota komunitas hijabers bekasi) (doctoral dissertation, universitas bakrie).
- Hammada, M. K. (2021). Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Siswa Bimbingan Belajar Ganesha Operation Cabang Simpang7 Kudus) Universitas Islam Sultan Agung Semarang. .

- Hamzah, R. E. (2019). Konsep Integrated Marketing Communication Dalam Meningkatkan Brand Image Hotel Grand Sahid Jaya Jakarta. . *Jurnal Pustaka Komunikasi*, , 2(2), 181-193.
- Hanum, Z. &. (2017). Faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. . *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, , 6(1), 37-43.
- Hariandja, E. S. (2021). Faktor Penentu Brand Equity dan Pengaruhnya pada Purchase Intention. . *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, , 13(1), 1-22.
- Harjadi, D. &. (2015). *Pengantar Bisnis: Teori dan Konsep*. Harnoto, T., & Silintowe, Y. B. R. (2018). Keputusan Pembelian Smartphone oleh Mahasiswa: Kelompok Acuan atau Gaya Hidup?. *Modus*, 30(2), 181-197.
- Iskandar, R. I. (2024). The influence of customer expectation, perceived enjoyment, perceived ease of use, and customer satisfaction on repurchase intention of Vidio. com streaming service providers. . *Journal of Law and Sustainable Development*, , 12(1).
- Jicnusantara. (2025). Analisis persepsi konsumen terhadap citra merek pada produk fashion lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, . *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 5(2), 45-60.
- Khoiroh, A. E. (2023). Pengaruh Brand Signature Dan Brand Logo Terhadap Brand Reputation. . *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, , 16(2), 629-638.
- Khusnudin, K. (2020). Intangible asset dalam pengembangan bisnis perspektif maqasid syariah. . *JIsEB*, , 1(1), 40-44.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow:: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. &. (2009.). *Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1)*. . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2018). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12, Jilid 2)*. . Jakarta: : PT Indeks.
- Kotler, P. &. (2018). *Principles of Marketing, 15th edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. d. (2004). *Prinsip Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kedelapan*. . Jakarta. : Erlangga. .
- Kotler, P. K. (2012). *Marketing Management(14th ed)*. . NewJersey:: PrenticeHal.

- Kotler, P. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. . Jakarta.: PT. Erlangga.
- Kumadji, S. S. (2017). Pengaruh faktor eksternal terhadap keputusan pembelian (Studi pada mahasiswa S1 Universitas Brawijaya yang membeli smartphone Samsung). . *Jurnal Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya*.
- Maghfiroh, N. (2016). Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. . *Jurnal Psikoneo*, , 4(2), 123-135.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*, . Jakarta: : Rineka Cipta.
- Marpaung, N. N. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Klinik Dan Rumah Bersalin Bidan Umi Rahma. .
- Mokhtar, S. S. (2020). The influence of brand reputation on customer loyalty: A case of Malaysian telecommunication industry. . *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, , 10(7), 872-886.
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen. Alih bahasa:Dwi Kartini Yahya. Jilid 2. Edisi ke 5*. . Jakarta:: Erlangga. .
- Nazir. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: : Ghalia Indonesia.
- Parhizgar. (2015). Effect of Brand Factors on Customer Loyalty. . *Jurnal GMP Review of Marketing*, , 18(2), 1476–4517.
- Peter, &. O. (2010). *Customer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. . Erlangga. .
- Pratama, R. A. (2023). Pengaruh Marketing Communication, Experiential Marketing, Dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Pada Pt. Andalan Pacific Samudra. . *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, , 5(3), 52-69.
- Pratiwi, A. J. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. El-Mal: . *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, , 1(2), 150-160.
- Prisgunarto. (2006). *Komunikasi Pemasaran:Strategi & Praktik*. . Jakarta: : PT. Ghalia Indonesia.
- Priyono. (2016). Dalam Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. (hal. p. 38). Surabaya: Zifatama Publishing.

- Pujiyanti. (2018). Pengaruh brand reputation, brand experience terhadap brand loyalty melalui brand trust pada pengguna kartu Simpati Loop di Kota Semarang .
- Reggina, R. A. (2024). Pengaruh Reputasi Merek dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks. *INVESTASI: Inovasi Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 2(1), 1-12.
- Rissesa, L. (2024). Pengaruh Personal Branding Terhadap Minat Pilih Pada Masa Pemilihan Umum (Studi Kasus: Calon Legislatif DPRD Depok Juanah Sarmili). (*Doctoral dissertation, Universitas Bakrie*).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. . Penerbit KBM Indonesia.
- Salamah, N. H. (2021). Pengaruh social media marketing terhadap brand awareness pada e-commerce hijup. . *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 249-269.
- Saliyeh, S. F. (2024). Pengaruh Pembayaran Non-Tunai (E-Wallet) dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat Angkatan 2020. . *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(9), 800-819.
- Sandy, E. &. (2022). Pengaruh Reputasi Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli di Blibli. com. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(4), 4416-4429.
- Sihotang, H. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. . penerbit UKI Press Jakarta.
- Soesana, A. S. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Solomon, M. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, (12th ed) . Harlow: pearson education.
- Sapitri, A. K. (2024). Analisis Perbedaan Antara Pengalaman Pembelian Online Dan Offline Dalam Mempengaruhi Prilaku Konsumen. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(1), 65-74.
- Sugiyono. (2001). *Statistika untuk Penelitian*,. Bandung:: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. . Bandung: : Alfabeta.
- Sunarto, S. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 35-43.

- Sungadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama*, . Yogyakarta : : CV. Andi Offset.
- Suroto, S. (2022). Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Study Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di kota Kudus) .
- Susan, G. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. . United States: : McGrawHill Companies.
- Swastha, B. d. (2010). *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen*. . Yogyakarta. : BPFE.
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. . *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, , 240-245.
- Talab, H. R. (2023). An empirical study to measure the impact of information technology governance under the control objectives for information and related technologies on financial performance. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*,, 8(4), 25.
- Thariq, M. R. (2022). Communication Strategy of Alfamart Corporate Communication Department in Maintaining Positive Company Image. . *Kalijaga Journal of Communication*,, 6(2), 185-206.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Pemasaran*. . Yogyakarta. : Penerbit Andi Offset. Edisi III. .
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (4 ed.)*. Yogyakarta: : Andi.
- Tong, T. K. (2020). Analisa pengaruh social media marketing terhadap repurchase intention melalui brand trust sebagai variabel mediasi pada instagram adidas Indonesia di Surabaya. . *Jurnal Strategi Pemasaran*,, 7(1), 10-10.
- Untari, D. &. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). . *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, , 2(2), 271-278.
- Weinberg, T. (2009). *The new community rules: Marketing on the social web*. Sebastopol: O'reilly Media.
- Wibowo, S. S. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. . Bandung: : Pustaka Setia.

Widana, I. W. (2020). *Uji persyaratan analisis*.

Widjajanta, B. R. (2020). Pengaruh perceived quality dan brand reputation terhadap repurchase intention pada reviewers Sepatu Bata aplikasi Shopee. . *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, , 20(1).