

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A.D. 2020. Manajemen Ekuitas Merek. Mitra Utama. Jakarta.
- Ain, N., dan R. T. Ratnasari. 2015. Pengaruh citra merek melalui sikap konsumen terhadap niat beli ulang pada produk busana muslim zoya di surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah: Teori dan Terapan*. 2 (7): 553-569.
- Anuraga, G., dan W. Bambang. 2013. Permodelan kemiskinan di Jawa Timur dengan structural equation modeling partial least square. *Jurnal Statistika Fakultas Matematika*. 1(2): 22-27.
- Arianty, N., dan A. Andira. 2021. Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. 4 (1): 39-50.
- Asbari, M., P. B. Santoso., dan A. Purwanto. 2019. Pengaruh kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap perilaku kerja inovatif pada industry 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 8(1): 7-15.
- Bank Dunia. 2019. Aspiring Indonesia-Expanding the Middle Class. Available at [https:// doi.org/10.1596/33237](https://doi.org/10.1596/33237). Accession date 26rd June 2023.
- Burhan, L. L. 2017. Pengaruh Persepsi Kualitas, Loyalitas, dan Kesadaran Merek Terhadap Kosmetik Viva di Surabaya. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. Surabaya.
- Chin, W. W. 1998. The partial least square approach for sturctural equation modeling. *Modern methods for business research*. Lawrence Erlabum Associates. London.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2009. Klasifikasi Umur Menurut Kategori. Ditjen Yankes. Jakarta.
- Fatmasari, D. 2018. Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa FTIK IAIN Purwokerto). Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Purwokerto.
- Febrini, I. Y., R. Widowati., dan M. Anwar. 2019. Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat ulang di warung kopi klotok kaliurang yogyakarta, *Jurnal Manajemen Bisnis*. 10 (1): 35-54.
- Ferdinand, A. 2006. Metode Penelitian Manajemen Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fernando, A. 2020. Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Botol Sosro Kemasan Pet 350 ml di Area Penjualan Kota Bandung. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN-Indonesia Mandiri. Bandung.
- Fuadi, M. I., Survival., dan B. Budiantono. 2021. Analisis pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Widyagama National Conference on Economics and Business*. 140-151.

- Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21 Update PLS Regresi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I., dan Hengky. 2015. Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Herdana, A. 2015. Analisis pengaruh kesadaran merek pada produk asuransi jiwa prudential life assurance (studi pada pru passion agency jakarta). Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. 13 (1): 1-18.
- Hidayah, N., dan A. L. Anjarwati. 2018. Pengaruh perceived quality terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan teh botol sosro di Surabaya Timur). Jurnal Ilmu Manajemen. 6 (1): 1-9.
- Ismanto, A., dan S. Subaihah, 2020. sifat fisik, organoleptik dan aktivitas antioksidan sosis ayam dengan penambahan ekstrak daun sirsak (*Annona muricata* L.). Jurnal Ilmu Peternakan Veteriner Tropis. 10 (1):45-54.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2016. Marketing Management. 15th edn. Perason Edition Limited. England.
- Krisno, D., dan H. Samuel. 2013. Pengaruh perceived quality, perceived sacrifice dan perceived value terhadap customer satisfaction di informa innovative furnishing pakuwon city surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. 1 (1): 1-12.
- Kurniawan, G. 2020. Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E-Commerce. Penerbit Mitra Abisatya. Surabaya.
- Kurniawan, A. W., dan Puspitaningtyas, Z. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Pandiva Buku. Yogyakarta.
- Luftiani. 2016. Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Merek Toko (Studi Kasus Pada Konsumen Bio Organik Di Supermarket Superindo Yogyakarta). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Loureiro, S. M. C. 2013. The effect of perceived benefits, trust, quality, brand awareness/associations and brand loyalty on internet banking brand equity. International Journal of Electronic Commerce Studies. 4 (2):139–158.
- Mahendra, M.M., dan I. G. A. K. S. Ardani. 2015. Pengaruh umur, pendidikan, dan pendapatan terhadap niat beli konsumen pada produk kosmetik the body shop di kota denpasar. E-Jurnal Manajemen. 4(2): 442-456.
- Mitasari, L., dan Suhartiningih. 2018. Pengaruh proporsi puree wortel (*Daucus carota* L.) dan ekstrak daun kelor (*Moringa Oleifera* Lamk) terhadap sifat organoleptik sosis sapi. E-Journal Boga. 7 (2): 158-167.
- Naufal, M. F. 2014. Analisis Pengaruh Brand Awareness, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal Terhadap Brand Attitude untuk Meningkatkan

- Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Novriyansa, R. 2017. Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Merek Eiger (Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Sebagai Pemediasi). Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Nugroho, F. 2019. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Kepuasan Pada Desain Website Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pelanggan Tokopedia di Surabaya. Thesis. Universitas Hayam Wuruk Perbanas. Surabaya.
- Nurmalita, Y. 2012. Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Inti dan Persepsi Kualitas Suplemen Terhadap Keputusan Pembelian Honda di Dealer Wali Motor Demak. Thesis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Putri, L. H. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen terhadap produk naget deliccy. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. 1 (2): 162-170.
- Ratnasari, A. D., dan Harti. 2016. Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di djawi lanbistro cofee and resto surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. 4 (3): 1-11.
- Rosdiana, R., I. A. Haris., dan K. R. Suwena. 2019. Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha. 11(1): 318-328.
- Rozaini, N., dan S. N. Harahap. 2019. Pengaruh mata kuliah ekonomi Syariah dan uang saku terhadap perilaku konsumtif. Jurnal Niagawan. 8(3): 223-233.
- Rubio, N., J. Oubina, dan N. Villasenor. 2014. Brand awareness, brand quality inference and consumer's risk perception in store brands of food products. Food Quality and Preference. 3(2): 289-298.
- Santoso, I., S. A. Mustaniroh., dan D. Pranowo. 2018. Keakraban produk dan minat beli frozen food: peran pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial. Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen. 11 (2): 133-144.
- Sartika, S., dan M. Mawardah. 2019. Keputusan pembelian pada brand awareness sepatu pakalolo. Jurnal Ilmu Psyche. 13 (2): 59-70.
- Schiffman, Leon G dan Joseph L. Wisenbilt. 2015. *Consumer Behavior*. Pearson Education Limited. England.
- Sivaram, M., N. A. Munawar., dan H. Ali. 2019. Determination of purchase intention through brand awareness and perceived quality (Case study: for consumers PT. Sentosa Santosa Finance Tangerang Area). Dinasti International Journal of Management Science. 1(2): 232-246.
- Suarsa, S. H., F. Nainggolan., dan P. Diawati. 2021. Brand awareness dan perceived quality paket pos express di PT Pos Indonesia. Duconomics Sci-meet. 1(1): 150-159.

- Sudarmoto, R. G. 2005. Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS Edisi Pertama. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2019. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta. Bandung.
- Sulistiawan, A., A. Y. D. Sari., dan N. Z. Situmorang. 2020. Validitas dan reliabilitas komitmen organisasi menggunakan Confirmatory Analisis Faktor (CFA). Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam. 17 (2): 134-144.
- Susilo, Y., E. Wijayanti., dan S. Santoso. 2021. Penerapan transformasi digital pada pemasaran ekonomi kreatif kuliner minuman boba. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi. 2 (4): 457-468.
- Talakua, Y., S. anas., dan M. Aqil. 2020. Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada RSUD Bhakti Rahayu Ambon. Jurnal Inovasi Penelitian. 1(7): 1253-1270.
- Tarwendah, I. P. 2017. Studi komparasi atribut sensoris dan kesadaran merek produk pangan. Jurnal Pangan dan Agroindustri. 5(2): 66-73.
- Topbrand-award.com (2022) Top Brand Index, www.topbrand-award.com.
- Yunaida, E. 2017. Pengaruh brand image (citra merek) terhadap loyalitas konsumen produk oli pelumas evalube di Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan. 6(2):798-807.
- Yusup, F. 2018. Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. Jurnal Ilmu Kependidikan. 7(1): 17-23.
- Wijaya, A. 2015. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Repurchase Intention yang di mediasi oleh Consumer Emotion. Kasus: Ceriamart di Bungur Besar. Thesis. Universitas Tarumanegara. Jakarta.
- Winasis, C. L. R., H. S. Widiyanti., B. Hadibrata. 2022. Determinasi keputusan pembelian : harga, promosi, dan kualitas produk (literature review manajemen pemasaran). Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. 3 (4): 392-403.