

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2010. *Building Strong Brands*. Simon and Schuster. New York.
- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama. Jakarta.
- Amstrong, G & Kotler P. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Cetakan Pertama*. Erlangga. Jakarta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I*, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo. Jakarta.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian MANEGGIO. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4, 39–50.
- Arikunto S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka. Jakarta.
- Assauri Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ayu, R. 2023. Pengaruh Brand Experience dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan yang Dimoderasi Kualitas Pelayanan Studi pada Pelanggan CV. Indo RSVP Group di Kota Malang. *Jurnal Economina*.
- Azizah, H. A. 2022. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt Cimory di Surakarta. *Jurnal E-Bis*.
- Departemen Perindustrian. 1992. *Standar Nasional Indonesia (SNI) 01-2981-1992: Yogurt*. Badan Standarisasi Nasional. Jakarta.
- Duli, N. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. CV. Budi Utama. Yogyakarta.
- Frendy, 2011, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gilbert, Gregory E. 2016. Making Sense of Methods and Measurement: Lawshe's Content Validity Index. *Clinical Simulation in Nursing Vol. 12*, 530-531.
- Herawati dan Putra, Angga Sanita. 2023. Pengaruh Brand Ambassador dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education: Volume 5 Nomor 2 Tahun*
- Humdiana. 2005. Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black. *Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 12*.
- Jaya, I. M. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta.
- Kim, R. B., & Chao, Y. 2019. Effects of brand experience, brand image and brand trust on brand building process: The case of Chinese millennial generation consumers. *Journal of International Studies, 12(3)*, 9-21.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Edisi 12. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks Puri Media Kembangan. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin L. Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Indeks. Jakarta.

- Krisnaningsih, Aju T dan Yulianti. 2017. *Susu Fermentasi Yogurt*. Media Nusa Creative. Malang
- Lawshe, C. H. 1975. A quantitative approach to content validity. *Personnel psychology*, 28(4), 563-575
- Manab, Abdul. 2021. *Ilmu Susu*. UB Press. Malang.
- Nuliyani. 2021. *Imunologi Susu*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta
- Prihananto, Prahadika, dan Yusvianti. 2024. Analyzing Brand Positioning and Brand Image of Smarthphone Brands in Indonesia by Mining Online Review. *Procedia Computer Science* 234, 318–332.
- Rafiq, Muhammad. 2009. Pengaruh Kepercayaan Konsumen pada Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Optimal*, Vol. 3, No. 1, pp. 31-48.
- Rifyal Dahlawy Chalil. 2021. *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding - Rajawali Pers, Edisi 1*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Rosmayanti, M. 2023. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue . *Journal on Education*.
- Schiffman & Kanuk. 1997. *Consumer behavior (10th ed.)*. Pearson Prentice Hall. N.J.
- Shieh, C. 2017. The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. *Journal of International Management Studies*, 12(1), 1-9.
- Sitepu, I., & Nugraha, A. A. 2020. *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai PT. Tjipta Rimba Djaja Medan*. 1(19), 152–159.
- Soesilo, Tritjahjo Danny. 2018. *Penelitian Inferensial dalam Bidang Pendidikan*. Satya Wacana University Press. Salatiga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sutrisno Hadi. 1987. *Metodologi Rerearch*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sutrisno. 2023. Analisis Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*.
- Yasmin, A. 2017. Impact of Brand Image on Consumers' Purchase Decision. *International Journal of Research in Social Sciences, USA. Vol. 7 Issue 10. ISSN: 2249-2496*.
- Yunaida, F. 2018. The Influence of Brand Image and Brand Awareness on Brand Loyalty. *Journal of Business and Retail Management Research, 12(2), 1-8*.
- Yustiana, R & Nirawati, L. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention pada Produk Mie Instan Lemonilo: Studi pada Masyarakat Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(5), 5012*.