

REFERENCES

- A. Nel Arianty, -Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online,|| E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana, vol. 4, p. 897, 2021, doi: 10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07
- Aaker, David A. (2019). Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek. Alih Bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Abda, I. F. (2019). Pengaruh Word of Mouth (WOM), e-WOM, Terhadap Brand Awareness Perusahaan StartUp Tumbasin.id dengan Penerimaan Informasi sebagai Variabel Mediasi. Master Thesis.
- Albari. (2020). The influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. Review of Integrative Business and Economics Research, Vol.7. Supplementary Issue 2.
- Alvarez, D. M., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian. (Vol. 8).
- Anandy, Mahmud Arief. 2019. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di D&D Chicken And Burger Sumobito Jombang. Jombang : Bima Journal of Business and Innovation Management Volume 2 Nomor 1.
- Andrianti, Berlinda and Mas Oetardjo. (2022). The Influence of Digital Marketing, Brand Awareness, and Word of Mouth on Purchase Decisions. Indonesian Journal of Law and Economics Review. <https://ijler.umsida.ac.id/index.php/ijler/article/view/808/936>
- Aria & Yudi (2020), The role of purchase intention in mediating the effect of perceived price and perceived quality on purchase decision. International Research Journal Of Management IT And Socials Science Vol.7, No.3 :38-49.
- Boix, C., & Posner, D. N. (2020). Social Capital: Explaining Its Origins And Effects On Government Performance. British Journal Of Political Science, 28(4), 686-693.
- Deodata, Anastasia Viona Pora. (2019). *Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Fast Food Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Taman Mini. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 3 No. 2. September 2019.* <https://journal.ibmasmi.ac.id/index.php/JAB/article/download/335/240/>

- Dermawan, Edo, Arwin Sanjaya and Tuti Wediawati. (2022). The Effect of Social Media Marketing and Brand Awareness on Purchase Decisions through Purchase Intention in Kopiria. <https://ojs.unm.ac.id/UDR/article/view/37048>
- Dharma. (2022). Metodologi Penelitian Keperawatan : Panduan Melaksanakan dan Menerapkan Hasil penelitian. Jakarta.
- Diah, M., & Vercelli, V. (2023). PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN CHONG BAK KUT TEH (CBKT) GADING SERPONG. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 201-210. <https://doi.org/10.47492/jip.v4i2.2671>
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran (Dasar dan Konsep) (Q. Media (ed.); pertama). CV. Penerbit Qiara Media.
- Gima Sugiana dan Emmanuel Febiano. (2019). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14.
- Hasan. Ali. (2019). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta.
- Hayati, Isra and Wira Handika. (2021) The Influence Of Brand Awareness On Purchasing Decisions Of 212 Sharia Cooperative Members. *International Journal of Islamic and Social Sciences*. <https://isos.uinmataram.ac.id/index.php/isos/article/download/43/43>
- Hidayat, A. (2021). Metode Penelitian Keperawatan dan Teknik. Analisis Data. Jakarta: Salemba Medika.
- Indraswari, R. R., Maryanto, & Nugraha, A. E. P. (2019). Analisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dalam meningkatkan kepuasan konsumen di konveksi amalika kudas. 340–347
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New. Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc. Pearce,
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Latief, R. (2018). Word Of Mouth Communication : Penjualan Produk (Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cendikia.
- Meilana, Septa Ayu. 2020. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Restoran Cepat Saji Di Lampung. Lampung : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Noor, Any. (2021). Manajemen Event. Bandung: Alfabeta. Cangar.

- Notoatmodjo, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Jakarta : PT Rineka. Cipta
- Nur Romdlon Maslahul Adi , Muhammad Rafli Ilham Ramadhan, Talitha Aristawati and Syahansyah Adi Pratama. (2022). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di ShopeeFood. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual Volume 7 Nomor 2*, Mei 2022. <https://jurnal.unublitar.ac.id/index.php/briliant/article/download/1001/pdf>
- Nurmawati 2021. *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. pertama ed. Malang: Media Nusa Creative.
- Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut. *Jurnal Akuntansi*, 4(1), 937. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v4i1.218>
- Putri, Debi Eka , Acai Sudirman, Asep Dadan Suganda, Riana Dewi Kartika, Erni Martini, Heni Susilowati, Bambang, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana, Rizka Zulfikar, Tati Handayani, Gusti Putu Eka Kusuma, Diana Triwardhani, Neneng Kartika Rini, Widya Nur Bhakti Pertiwi, Astil Harli Roslan. (2021) *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhkati Persada.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126-8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*., Makasar:CV Sah Media.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Sanusi, Anwar. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ketiga. Jakarta: Salemba. Empat.
- Simanjuntak, M., & Hamimi, U. K. (2019). Penanganan komplain dan komunikasi word-of-mouth (wom). *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, Januari 2019, P : 75- 86, 12(1), 75–86. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24156/jikk.2019.12.1.75>
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Wardani. (2020). *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Raja Grafindo.