

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, & Syaifullah. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT LONG TIME. *Jurnal EMBA*, 8(1), 627–636.
- Alfaru, A. N. (2021). *Pengaruh Instagram Ads (Advertising) Dalam Membangun Brand Awareness Clothing Line HEBE*. Universitas Brawijaya.
- Anwar, A. F., Darpito, S. H., & Nurrohim, H. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Perceived Quality*, *Perceived Price* terhadap *Niat Beli* Survei Pada *Generasi Muda Calon Konsumen Produk Thrift* di *Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 327–336.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1422>
- Chakraborty, D., & Paul, J. (2023). *Healthcare apps' Purchase Intention: A Consumption values perspective*. *Technovation*, 120, 102481.
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102481>
- Ducoffe, R. H. (1995). How Consumers Assess the Value of *Advertising*. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 17(1), 1–18.
<https://doi.org/10.1080/10641734.1995.10505022>
- Efendi, R., Fajar Almubarok, M., Rohmandoni, Y., Rifqi, M. A., Linsia, A., Studi, P., Bisnis, A., Sosial, I., & Politik, I. (2024). EFFECTIVENESS OF *ADVERTISING* AND *BRANDING* STRATEGIES BUILDING ON *NMAX* PRODUCTS EFEKTIVITAS STRATEGI *ADVERTISING* DAN *BRAND* BUILDING PADA

- PRODUK NMAX. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1).
<https://idm.or.id/JSER/index>.
- Effendy, J. A., & Putri, N. B. (2023). ANALISA PENGARUH PRODUCT, PRICE, PLACE, DAN PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN AYAM GORENG ECHO. *PERFORMA*, 7(5).
<https://doi.org/10.37715/jp.v7i5.3202>
- Ekasari, R., Setianingrum, R. P., & Pramudita, R. A. (2022). *THE INFLUENCE OF PACKAGING, VARIATION, AND PRICE PERCEPTION ON THE PURCHASE DECISION OF TRADITIONAL MEDICINE* (Vol. 12, Issue 2).
- Ferdinand, A. (2017). KUALITAS STRATEGI PEMASARAN: SEBUAH STUDI PENDAHULUAN. *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*, 1(1), 107.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v1i1.107-119>
- Firdiyana, R., Novaria Misidawati, D., Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K., & Penulis, K. (2024). *Pengaruh Lifestyle, Modernitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z Kota Pekalongan dalam Pembelian Merchandise K-Pop*. 2(3), 322–343. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2751>
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK: PLANNING & STRATEGY*. Penerbit Qiara Media, 2023.
- Fitri, D., & Pangestuti, E. (2019). *PENGARUH TERPAAN BUZZ MARKETING DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP PURCHASE DECISION PADA PRODUK NATURE REPUBLIC (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Angkatan 2015-2018)*. 73(2).

- Gaski, J. F. (2020). A history of *Brand* misdefinition – with corresponding implications for mismeasurement and incoherent *Brand* theory. *Journal of Product & Brand Management*, 29(4), 517–530. <https://doi.org/10.1108/JPBM-11-2018-2124>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjanti, S. (2018). *PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN, MEREK, DAN HARGA PADA NIAT BELI KONSUMEN PRODUK MOBIL DI YOGYAKARTA* (Vol. 16, Issue 1). <http://www.gaikindo.or.id>
- Haryono, J., & Wicaksono, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Niat Beli pada Horison Hotel Ciledug. *JMPP*, 4(2).
- Hidayat, T. (2020). ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmi Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Hussain, S., ali, S., Noreen, A., & Fayaz Ahmad, S. (2015). Journal of Marketing and Consumer Research www.iiste.org ISSN. In *An International Peer-reviewed Journal* (Vol. 10). www.iiste.org
- Imtiyaz, H., Soni, P., & Yukongdi, V. (2022a). Understanding Consumer's *Purchase Intention* and *Consumption* of convenience food in an emerging economy: Role of marketing and commercial determinants. *Journal of Agriculture and Food Research*, 10, 100399. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2022.100399>
- Imtiyaz, H., Soni, P., & Yukongdi, V. (2022b). Understanding Consumer's *Purchase Intention* and *Consumption* of convenience food in an emerging economy: Role

- of marketing and commercial determinants. *Journal of Agriculture and Food Research*, 10, 100399. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2022.100399>
- Islamiah, F., Harmayanto, & Jayanti, R. D. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN MEREK TEH PUCUK HARUM PADA TOKO DHEA SEMBAKO DI TANAH GROGOT. *Jurnal GPJER*, 1(1), 001–008.
- Jadidah, I. T., Anisah, N., Zakiyah, A. N., Sari, E. K., Dewi, M., & Putri, S. P. (2023). PENGARUH POLA KONSUMSI MASYARAKAT URBAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LINGKUNGAN. *Journal of Research And Multidisciplinary*, 2(2), 242–251.
- Karyatie, N. (2016). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN GIANT EKSTRA KENTEN PALEMBANG*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Kiss, M. (2016). *INFLUENCE OF THE BRAND ON PURCHASE DECISION*.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kustiono Putra, V. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN, DAN KEMASAN TERHADAP MINAT BELI CALON KONSUMEN REMILE. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Issue 4).
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen pemasaran : Teori dan aplikasi dalam bisnis di Indonesia*. Mitra Wacana Media, 2019.

- Ling, C. T., Lau, J., & Hui, L. M. (2017). *A STUDY ON PURCHASE INTENTION TOWARDS CONVENIENCE FOOD PRODUCTS IN MALAYSIA*.
- Mailani, A., Syarif, A. M., Azizah, A., Delima, P. S., Putri, T., & Riofita, H. (2023). ANALISIS PENGARUH *PACKAGING* PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI INDUSTRI KOSMETIK. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 10–15.
- Martins, J., Costa, C., Oliveira, T., Gonçalves, R., & Branco, F. (2019). How smartphone *Advertising* influences consumers' *Purchase Intention*. *Journal of Business Research*, 94, 378–387. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.047>
- Mayasari, I., Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Jajanan Tradisional. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 135. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i2.4799>
- Naya aqilah, C., Buana sakti, D. putra, & Saufi, A. (2023). Vol 2 No.3 Sept PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SOCIAL MEDIA *ADVERTISING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), 10–15. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i3.3274>
- Nugraheni, A. I. D. (2021). PERILAKU KONSUMEN PADA MARKETPLACE DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Hukum Islam Nusantara*, 4(2), 41–50.

- Papagiannidis, S., See-To, E., & Bourlakis, M. (2014). Virtual test-driving: The impact of simulated products on *Purchase Intention*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(5), 877–887. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.02.010>
- Peng, L. F., Hassan, Z., & Basit, A. (2018). *Store Attributes: A Sustainable Strategy to Influence Customer Satisfaction and Purchase Intention*. *Indonesian Journal of Management and Business Economics*, 1(1), 19. <https://doi.org/10.32455/ijmbe.v1i1.51>
- Prasetyanto, W. E. (2022). EFEK INTERAKSI NEGARA PRODUSEN DAN KESADARAN MEREK UNTUK NIAT PEMBELIAN KAUM MUDA PADA PRODUK DENGAN KETERLIBATAN RENDAH. *Jurnal Exchall*, 4(1), 32–50.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 30(1), 20. [https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(1\).3870](https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870)
- Putri, O. M., Azmiya, U., & Muzdalifah, L. (2023). PENGARUH *STORE* ATMOSPHERE TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN MELALUI POSITIVE EMOSION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI CAFEMERCI SIDOARJO. *Journal of Student Research*, 1(1), 356–371. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1037>
- Rahmawansyah, I. M. (2018). *PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK UNIQLO YANG DIMEDIASI OLEH*

- VARIABEL PERCEIVED QUALITY (Studi Pada Mahasiswa SI Universitas Brawijaya Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Rahmawati, S. D. (2020). *PENGARUH VARIASI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 3, 54–67.
- Ramayanti, D., & Rizka, A. R. (2020). STRATEGI *BRANDING* PANTI SOSIAL (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF MENGENAI STRATEGI *BRANDING* UNIT INFORMASI DAN LAYANAN SOSIAL MERUYA). *Narada : Jurnal Desain Dan Seni*, 7(2), 157. <https://doi.org/10.22441/narada.2020.v7.i2.002>
- Rangkuti, A. (2017). THE EFFECT OF *BRAND* IMAGE, PRODUCT KNOWLEDGE AND PRODUCT QUALITY ON *PURCHASE INTENTION* OF NOTEBOOK WITH DISCOUNT PRICE AS MODERATING VARIABLE. In *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)* (Vol. 1, Issue 1).
- Reven, D., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2017). ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Suciawan, C. C. (2022). PENGARUH *BRAND* AWARENESS DAN *BRAND* TRUST TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN BATICUE. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(4).
- Sugiyono, S. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D* (2nd ed.). Alfabeta.

- Sulaiman, I. (2021). *Pengemasan dan Penyimpanan Produk Bahan Pangan*. Syiah Kuala University Press.
- Syahputri, A. D., Harahap, I., & Harahap, M. I. (2023). Analisa Pola Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Khaf (Studi Kasus Mahasiswi Se-Kota Medan). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 258–270.
- Syalwa, N., & Fauziah Zulfadilla, S. (2024). *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Djuanda dalam Berbelanja Sesuai dengan Konsep Kebutuhan dalam Islam* (Vol. 3).
- Yanthi, K. P., & Jatra, I. M. (2015). PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN*, *BRAND IMAGE*, DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11).
- Yasin. (2014). *Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Persepsi Kualitas Konsumen* [Skripsi]. Universitas Indonesia.