

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M. T., Pane, D., & Usman, A. (2024). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Carmel Pada Pt Pinrang Pantai Indah Kota Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 4(1), 12-21.
- Adriyanto, H., & Subakti, A. G. (2023). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Restoran Casa de Peri Jakarta Selatan). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(1), 51-60.
- Bachtiar, M. D., Indriani, S., & Rupianti, R. (2025). The Influence of *Brand Awareness* and Brand Trust on Purchasing Decisions for Oronamin C Products. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1419-1429.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.
- Firdaus, A. Y. A., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2025). The Influence of *Brand Awareness* on Purchasing Decisions of NU Berkah Drinking Water Products. *Multidisipliner Knowledge*, 3(1), 11-23.
- Kurniaman Putra (2017) Teknik Pengolahan Data, (Online), <https://putrakurniaman.wordpress.com/2017/05/05/teknik-pengolahan-data/> diakses
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4p) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan podomoro poigar di era normal baru. *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 9(2).
- Praditya, R. A., & Purwanto, A. (2024). The Role of Viral Marketing, Brand Image and *Brand Awareness* on Purchasing Decisions. *PROFESOR: Professional Education Studies and Operations Research*, 1(01), 11-15.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.

- Sugiharto, N. A., Savitri, N., & Triputranto, B. (2023). Pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk chatime di kota Bekasi. *Pro Mark*, 13(2), 55-68.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Kurniawan Gheta, A. P., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand marketing: The art of branding*. CV Media Sains Indonesia. Bandung – Jawa Barat
- Stevi, S., & Artina, N. (2022, September). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang. In *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN* 12, (1), pp. 139-150).
- Syafranita, N., & Asnawi, M. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31-40.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis *Brand Awareness* Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37-48.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh pengembangan produk, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap penjualan pada PT Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1-6.
- Tjaya, S. J., & Iskandar, H. (2023). Analisis pengaruh *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian di rumah makan saung ibu tangerang. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2371-2379.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). Keputusan pembelian konsumen. *Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta*.