

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2016). Konsep makanan halal dalam tinjauan syariah dan tanggung jawab produk atas produsen industri halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291-306.
- Arikunto, S. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49-56.
- Ahmed, Z. U., Zbib, I. J., Sikander, A., & Noujaim, R. G. (2012). Does country of brand origin (COBO) matter for the Lebanese consumers?. *EuroMed Journal of Business*.
- ANGGRAENI, Puput Dewi; SABRINA, Tantri Adhitia. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Oleh-Oleh Tempat Wisata di Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata, [S.l.]*, v. 26, n. 2, p. 153-160, july 2021. ISSN 2599-0209. Available at:
- A, Shimp, Terence .2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta :Erlangga.
- Aaker A. Dafid. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Mitra Utama
- Annisa, N., & Heriyanto, M. (2017). *Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Smartphone Samsung (Studi Pada PT Samsung Electronic Indonesia Cabang Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Abdul Aziz. 2012. *Pengertian, Tujuan, Fungsi dan Manfaat Hasil Belajar*. (Tersedia diakses tanggal 2 April 2015 Jam 7.29)

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bakti, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.
- Busana, J. T. MINAT BELI COSTUMER TERHADAP PRODUK MASKER KAIN SCUBA NOORIN MELALUI BISNIS ONLINE.
- Cece, I. S. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Manajemen Kinerja*, 1(2), 101-110.b
- Din, M., Ghozali, I., & Achmad, T. (2017). The follow up of auditing results, accountability of financial reporting and mediating effect of financial loss rate: an empirical study in Indonesian local governments.
- Durianto D., dkk, (2001), *Strategi Menaklukan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Durianto, dkk. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2010). *Nutrition for foodservice and culinary professionals*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Erwin Rediono Tan. 2011. PENGARUH FAKTOR HARGA, PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK BELANJA DI ALFAMART SURABAYA. *Jurnal Kewirausahaan* Volume 5 Nomor 2, Desember 2011.
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu

- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. Jurnal EMBA. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Ferrinadewi. Erna Merek & Psikologi Konsumen: Implementasi Pada Strategi Pemasaran. (Yogyakarta: Graha Ilmu). Hal 165. 2008
- Ghozali, I. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banjar. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 3(1).
- Harwani, Y., & Sakinah, A. A. (2020). The Influence of Brand Awareness, Packaging Design and Word of Mouth on Purchase Intention. Advances in Economics, Business and Management Research.
- Huda, N. (2015). Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset. Prenada Media.
- Juliana, S. (2019). Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat beli. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, (Online),12.([Http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702](http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702)), diakses 26 April 2020.
- Kotler, P. (2000). Marketing Management , Mille nium Edition. Marketing Management , 23 (6), 188 – 193. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90145-T](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90145-T)
- Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevine. Lane.2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi 13. Erlangga: Jakarta

- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip (2006). Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Keegan, K. (2018). The influence of brand awareness toward customer buying intention at CV. NIAGA BARU MEDAN (Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan).
- Kathuria, L. M., & Gill, P. (2013). Purchase of branded commodity food products: empirical evidence from India. *British Food Journal*.
- Kusuma, B. H., & Suharnomo, S. (2015). Analisis Pengaruh Promosi, Word of Mouth, Dan Brand Awareness Terhadap Pembentukan Minat Beli Pada Coffee Groove Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 285-294.
- Kristanto, Daniel. 2009. Buah Naga Pembudidayaan di Pot dan di Kebun. Jakarta: Penebar Swadaya
- Kinney, Thomas C, Dan Taylor, James R., (1995). Riset Pemasaran, Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong 2012. Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education
- Lockshin, L., & Knott, D. (2009). Boozing or branding? Measuring the effects of free wine tastings at wine shops. *International Journal of Wine Business Research*.
- Mughoffar, M., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). The Effect of e-Wom And Brand Image on The Interest in Buying The Heavenly Blush Yoghurt Product. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 5(2), 158-158.
- Merliani, N. N., Mangantar, M., & Arie, F. V. (2023). ANALISIS CELEBRITY ENDORSER DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA

PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 412-418.

Nainggolan, K. (2017). Pengaruh celebrity endorser, brand awareness dan harga produk terhadap minat beli mie sukses (Studi Empiris pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang). *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 146-155.

Nugroho, S. (2003). *Pendidikan pemerdekaan dan Islam: refleksi pemikiran YB Mangunwijaya*. Tiga Serangkai.

Nugraha, B. A. (2013). Persepsi Terhadap Store Atmosphere Dengan Minat Beli Konsumen Di Hypermarket. *Jurnal Online Psikologi*. Vol. 1(2), hal 515-528

Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta.

Oktaviani, L., & SUTOPO, S. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi* (Doctoral dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Rahmawati, F., & Oetari, R. A. (2002). Kajian penulisan resep: Tinjauan aspek legalitas dan kelengkapan resep di Apotek-apotek Kotamadya Yogyakarta. *Majalah Farmasi Indonesia*, 13(2), 86-94.

Produk Indo. (2020, April 16). *Awal mula berdirinya indofood*. Diambil kembali dari Produk Indo: <https://produkindo.com/awal-mula-berdirinya-indofood/>

Prastiwi, F. T. R., Ratnaningsih, C. S., Windhyastiti, I., & Khourh, U. (2020). Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador dan Harga terhadap Purchase Intention. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1).

- Primandaru, T. (2021). Analysis of the Effect of Legendary Taste on Buying Interest at Purnama Coffee Shop, Bandung City. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4).
- Putro, Adityo. 2009. Analisis Efektivitas Banner Ads untuk Meningkatkan Brand Image Produk/Jasa di Indonesia: Studi Kasus Kaskus.Us dan Detik.Com.
- Purnamasarie, M., & Sismanto, A. (2021). THE EFFECT OF SALES PROMOTION, LIFESTYLE, AND PRODUCT PRICE ON FASHION PRODUCTS BUYING INTEREST. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1(2), 232-239.
- Peter dan Olson. (2000). *Consumer Behaviour*. Edisi 4, Jilid 2, : Erlangga, Jakarta.
- Riansyah, A., Supriadi, A., & Nopianti, R. (2013). Pengaruh perbedaan suhu dan waktu pengeringan terhadap karakteristik ikan asin sepat siam (*Trichogaster pectoralis*) dengan menggunakan oven. *Jurnal Fishtech*, 2(1), 53-68.
- Rubianti, Liana. "Minat Membeli di Media Online Ditinjau dari Tipe Kepribadian." *Cognicia 2.1* (2014).
- Rosita, N., & Tahmat, T. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK TONG TJI TEMATIK DI SUPERMARKET BORMA DAGO DAN BORMA CIKUTRA.
- Rachmawaty, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli AMDK ADES (Studi Pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan ADES di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1).
- Rossiter, J. R. (2021). Creativity in Advertising: How to Test for Highly Creative Individuals, How to Generate Alternative Creative Ideas, and How to Pretest Them. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 1-14.
- Rahmawan, G., & Suwitho, S. (2020, October). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY ON SCHOOL

SHOES PURCHASE INTENTION. In International Conference of Business and Social Sciences.

Rahmawati, A. A. (2021, Agustus Kamis). Wow! Indonesia Negara Pemakan Mie Instan Terbanyak ke-2 di Dunia . Diambil kembali dari Detik Food: <https://food.detik.com/info-kuliner>

Stanton, William J. 2013. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.

Siyoto, Sandu dan Ali Sodik.2015.Dasar Metodologi Penelitian.Yogyakarta:Literasi Media Publishing.

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.

SARI, Inca Nurvitay. Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Sawasdee Thai Seafood Restaurant Multatuli. Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains, [S.l.], v. 2, n. 02, june 2020. Available at: <<https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalfasosa/article/view/2922>>. Date accessed: 27 jan. 2022.

Sakti, R. A. (2018). ANALISIS CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND AWARENESS PADA MINAT BELI KONSUMEN JOGJA SCRUMMY (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).

Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.

Salfina, Lili, and Heza Gusri. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky Dan Afdal Pariaman." *Jurnal Indovisi*, vol. 1, no. 1, Feb. 2018, doi:10.30985/ji.v1i1.5.

- Sari, Arum Mulia. 2014. Pengaruh Minat dan Fasilitas Belajar terhadap Motivasi dan Implikasinya terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Ekonomi. Skripsi. UPI: Bandung.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2013). *Pengantar sosiologi politik*. Kencana.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiarto, E. (2017). *Menyusun proposal penelitian kualitatif: Skripsi dan tesis: Suaka media*. Diandra Kreatif.
- Sobirin, S., Zamzam, F., & Marnisah, L. (2020). PENGARUH ETOS KERJA, PERILAKU, DAN KOMPENSASI TERHADAP KOMITMEN HAFIZH DAN HAFIZHAH PONDOK PESANTREN AHLUL-QUR'AN DAN AL-LATHIFIYYAH PALEMBANG. *Ekonomica Sharia: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 5(2), 47-60.
- Schiffman dan Kanuk, 2015. *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.
- Purnamasarie, M., & Sismanto, A. (2021). THE EFFECT OF SALES PROMOTION, LIFESTYLE, AND PRODUCT PRICE ON FASHION PRODUCTS BUYING INTEREST. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1(2), 232-239.
- Thejaya, I. (2019). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI PADA MANNA KOPI* (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra Surabaya).
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014, 62-69.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta.

- Ummu Habibah & Sumiati. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura". *JEB17*. Vol.1, No.1, HAL 31-48
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2018). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1(2), 87-96.
- Yuliati, A. L., & Maulidi, R. A. (2017). Pengaruh Tingkat Brand Awareness terhadap Minat Beli Apple iPhone. *ISEI Business and Management Review*, 1(1), 7-18.
- Yusuf, M. A., Sentosa, E., & Marnis, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pulu Basuki Rachmat Jakarta Timur. *IKRA-ITH EKONOMIKA*, 5(1), 10-19.
- Zainal, Veithzal Rivai, Muhammad Syafii Antonio, Muliawan Darmansyah Hadad. 2014, *Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. Yogyakarta: BPFE