

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(2), 122–134. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes*. 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Al Aufa, B., & Sipahutar, K. Y. (2022). The Effect of Brand Awareness and Social Media Marketing on the Intention to Use Medical Check-Up Services at the Universitas Indonesia Hospital. *Proceedings*, 83(27). <https://doi.org/10.3390/proceedings2022083027>
- Alwan, M., & Alshurideh, M. T. (2022). The effect of digital marketing on purchase intention: Moderating effect of brand equity. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 837–848. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.012>
- Arief, I., & Setianingrum, A. (2023). Implementasi Total Quality Management (TQM) Leader Untuk Kepuasan Pasien Rumah Sakit Gigi dan Mulut di Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akutansi*, 9(1), 125–131. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i1.918>
- Armadani, F. N., Supriyadi, S., & Ulfah, N. H. (2018). Hubungan Brand Equity (Brand Awarenesses, Brand Associations, Perceived Quality) dengan Keputusan Pemanfaatan Klinik Laktasi di Rumah Sakit Muhammadiyah Lamongan. *Preventia : The Indonesian Journal of Public Health*, 3(1), 49. <https://doi.org/10.17977/um044v3i1p49-65>
- Armstrong dan Philip Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedu*(Jakarta: PT.Indeks Gramedia.).
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). Pengaruh City Branding “a Land of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung Ke Puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akutansi)* 1,2, 3(3), 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Chan, A. (2010). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 47–62.
- Dewi, D. R., Magdalena, M., & Dhiana, P. (2015). Pengaruh Word Of Mouth, Tingkat Pendapatan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 1–19.
- Dwintri Nata, S., & Sudarwanto, T. (2022). Effectiveness of Brand Image,

- Content Marketing, and Quality Product on Purchase Decision of J-GLOW Products. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1), 78–91. <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i1.2448>
- Elmayensis, & Nazwirman. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kewajaran Harga Terhadap Minat Mahasiswa Mendaftar Di Universitas Yarsi Jakarta. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, 2(1).
- Erma Laelatul Zahroq, & Asiyah, B. N. (2022). Analisis Penentu Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi-Z. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 83–98. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i1.2377>
- Ermawati, N., & Afifi, Z. (2018). Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 7(2), 49. <https://doi.org/10.30659/jai.7.2.49-62>
- Hair, A., & Black, B. (2010). *Multivariate data analysis 7th edition*.
- Hassan, S., Nadzim, S. Z. A., & Shiratuddin, N. (2015). Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 262–269. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.363>
- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), Inpress. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>
- Kapferer, J. N. (2008). *The new strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term*.
- Karman, M. A. (2015). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity toward the Purchase Intention of Starbucks Indonesia. *Ibuss Management*, 3(2), 77–88.
- Kemenkes RI. (2018). *Laporan Nasional RISKESDAS 2018*. https://kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir_519d41d8cd98f00/files/Hasil-riskesdas-2018_1274.pdf
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada UMKM Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239–247.
- Kim, K. H., Kim, K. S., Kim, D. Y., Kim, J. H., & Kang, S. H. (2008). Brand equity in hospital marketing. *Journal of Business Research*, 61(1), 75–82. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.05.010>
- Labibah, Z., & Ismail, T. (2018). Pengaruh e-Service Quality dan Promosi Daring Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Pembelian Ulang Pada Pemesanan Hotel Di Situs Traveloka. *Journal Ilmiah FEB*, 7(2).

- Masa'deh, R., Al-Haddad, S., Abed, D. Al, Khalil, H., Almomani, L., & Khirfan, T. (2021). The impact of social media activities on brand equity. *Information (Switzerland)*, 12(11), 1–17. <https://doi.org/10.3390/info12110477>
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (1995). *Intisari pemasaran: sebuah ancangan manajerial global. Jilid 1*.
- Mukaram, A., Sangen, M., & Rifani, A. (2018). The Effect of Brand Equity on Purchase Decisions at Banjarmasin Islamic Hospital , Indonesia Services. *European Journal of Economic and Financial Research*, 3(2), 101–116. <https://oapub.org/soc/index.php/EJEFR/article/view/496>
- Munawir, I. (2018). Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Kepuasan Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 17(3), 15–22. <https://doi.org/10.33221/jikes.v17i3.155>
- Ningrum, S., Monoarfa, M. A. S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 225–241.
- Pamungkas, A., & Pramesti, D. A. (2021). Pengaruh Atmosfir Store, Brand Identity, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi Minat Beli (Studi Empiris Pada Kedai Kopi Janji Jiwa). *Borobudur Management Review*, 1(1), 12–31. <https://doi.org/10.31603/bmar.v1i1.5009>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Poetra, R. R. (2017). *Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan di Toko Online Goldies Hijab*. 1(1), 22–36.
- Pondaag, D. N. M., Lengkong, V. P. K., Saerang, R. T., Kabupaten, P., Tenggara, M., Pondaag, D. N. M., Lengkong, V. P. K., & Saerang, R. T. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara (Studi Kasus Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kabupaten Minahasa Tenggara). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(01), 651–660.
- Pratama, R. T., & Yuliati, E. (2021). Application Of Theory Of Planned Behavior In Consumers' Purchase Decision Of Cats and Dogs Food. *ASEAN Marketing*, 12(2). <https://doi.org/10.21002/amj.v12i2.12900>
- Putra, P. P. A. (2021). Pengaruh City Branding Dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Heritage Di Kota Denpasar. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)*, 4(2), 51. <https://doi.org/10.31314/tulip.4.2.51-64.2021>

- Putri, S. Y., Meria, L., & Amroni. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 92–107. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2070>
- Rahayu, S., Nuryana, A., Arief, I., Khamaludin, Tannady, H., Susanto, P. C., Magdalena, & Tannady, H. (2022). Peran Minat Beli dalam Hubungan Antara Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Kesehatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 5545–5554. <http://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/3974>
- Rahmawaty, P. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>
- Rimiyati, H., & Astuti, D. (2012). Analisis Elemen-Elemen Brand Equity Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Gombong. *Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jmmr.v1i1.1146>
- Sadat, A. . (2009). *Brand belief: Strategi membangun merek berbasis keyakinan*. Salemba Empat.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28771>
- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Suhendra, R., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pemakai Sepatu Onitsuka Pada Mahasiswa FEB UMSU). *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 4(2), 138–155.
- Wahyuningsih, I. (2019). Intensi Konsumen Terhadap Kosmetik Dan Produk Skincare Halal Di Indonesia: Pendekatan Theory of Planned Behavior. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(1). <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i1.741>
- Warkula, Y. Z., Mediaty, & Pontoh, G. T. (2023). Bhavioral Accounting : The Behavioral Impact Of Fisheries Social Assistance Recipients Of Aru Islands Regency With A Planned Behavior. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*

Airlangga, 8(1), 1418–1434.

Wood, L. (2000). Brands and Brand Equity. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 11(1), 270–275.

Yansah, N., Wahab, Z., & Shihab, M. (2018). Analisis Brand Equity dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Pegadaian Syariah di Kota Palembang). *Journal of Management and Business Review*, 15(1), 33–53.

Zia, H. K., Semiarty, R., & Lita, R. P. (2018). Analisis Swot Sebagai Penentu Strategi Pemasaran Pada Rumah Sakit Gigi Dan Mulut Baiturrahmah Padang. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 7(Supplement 4), 6. <https://doi.org/10.25077/jka.v7i0.914>

Zollo, L., Filieri, R., Rialti, R., & Yoon, S. (2020). Unpacking the relationship between social media marketing and brand equity: The mediating role of consumers' benefits and experience. *Journal of Business Research*, 117(May), 256–267. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.001>