

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., Ristanto, H., & Catur, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bingkai Ekonomi (JBE)*, 6(1), 58–71.
- Aini, T. N. (2020). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Komitmen Sebagai Variable Intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 88–98.
- Amruddin, Muskananfolo, I. L., & Febriyanti, E. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Annur, C. M. (2023, September 19). 10-Perusahaan-Alas-Kaki-Dengan-Kapitalisasi-Pasar-Terb Besar-Di-Dunia-(19-September-2023). *Databoks*.
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Ardelia D. M., & Hidayat A. M. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Harga Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Di Indonesia. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 252–263.
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Jumari Ustiaty, Mp., Evi Fatmi Utami, Ms., Dhika Juliana Sukmana, A., Rahmatul Istiqomah, R., Oleh, D., Pustaka Ilmu Editor, C., & Abadi, H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Darmadi, R., Silitonga, P., & Kristiadi, A. A. (2021). Pengaruh Social Media Customer Engagement Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Perguruan Tinggi Swasta. *Widya Manajemen*, 3(2), 166–177.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). Studi Empiris Tentang Perilaku Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Ditinjau Dari Variabel Harga Dan Kesadaran Merek. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 7(3), 179–186.
- Dewi Irani Sari, Hasyim. (2022). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PELAYANAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE*.
- Dihni, V. A. (2022, March 15). 10 Merek Fesyen Favorit Masyarakat Indonesia, Siapa Juaranya? *Databoks*.
- Fauzi U. (2023). *PENGARUH DARI BRAND AWARENESS DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA EASTU COFFEEBAR DI WAJAK)*.
- Fauzi, U., Nurhidayah, N., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Product Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan

- Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Eastu Coffeebar Wajak). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning.
<https://books.google.co.id/books?id=PONXEAAAQBAJ>
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019a). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia. www.institutpenulis.id
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019b). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia (Institut Penulis Indonesia).
- Hengki, M. P. S., Erika, R., Iskandar, K. H. S., & Sudung, S. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas* (1st Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Indrayani, I., Syukri, M. S., Faradiba, B., & Akilah, F. (2023). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung Pada Universitas Ichsan Gorontalo. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 683–695.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger: (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam Di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
- Jefuna, N., & Erdiansyah, R. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Brand Trust Dan Brand Awareness Terhadap Loyalitas Merek Aplikasi Investasi Reksadana Bibit.Id Di Kalangan Generasi Z*.
- Katadata Insight Center. (2023). *Top Brand Survey: Sneakers*. <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2023/02/27/top-brand-survey-sneakers>.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020a). *Building, Measuring, And Managing Brand Equity Strategic Brand Management* (5th Ed.). Pearson Education Limited.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020b). *Strategic Brand Management Building, Measuring, And Managing Brand Equity Fifth Edition* (5th Ed.). Pearson.
- Khanifah, A. N., & Budiono, A. (2022). Customer Loyalty Analysis Affected By Location And Promotion Through Purchase Decisions And Customer Satisfaction. *Ilomata International Journal Of Management*, 3(3), 417–428.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing Management* (16th Ed., Vol. 16). Pearson Education Limited.
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan

- Konsumen Pakaian HARV Official Di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 61–68.
- Medcom. (2023, October 22). *Survei: Tren Fesyen 2023, Lebih Dari 50% Gen Z Beli Pakaian Formal*. Wwww.Medcom.Id. <https://Wwww.Medcom.Id/Gaya/Your-Fashion/Gnq4oqqk-Survei-Tren-Fesyen-2023-Lebih-Dari-50-Gen-Z-Beli-Pakaian-Formal>
- Millennium, A. S., Suardana, I. W., & Negara, I. M. K. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) P-ISSN*, 2338, 8633.
- Nugraha, J. Putri., Al, Dian., Gairah Sinulingga, SKM., Rojiati, Umi., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *TEORI PERILAKU PERILAKU KONSUMEN* (A. Jibril, Ed.; 1st Ed.). PT. Nasya Expanding Management .
- Nurjaya, N., Dutawaskita, N. I., Erlangga, H., Hastono, H., & Sunarsi, D. (2022). Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada PT. Lautan Surga Di Jakarta. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 80–92.
- Oktavia Y, & Sudarwanto T. (2023). *DAMPAK BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS BAGI LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN WARDAH DI KOTA SURABAYA*.
- Pamungkas, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Sepatu NIKE Di Surabaya. *Journal Of Business And Banking*, 9, 37. <https://Doi.Org/10.14414/Jbb.V9i1.1950>
- Pancarini, S., Lukitaningsih, A., & Cahya, A. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5. <https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V5i6.2701>
- Pramana, F. A., Fadhilah, M., & Maharani, B. D. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(05), 1804–1812.
- Prasetyo, D. W., & Murti, W. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi PT. Matahari Departemen Store. *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 9(2).
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
- PYMTS.Com. (2022). *RELATIONSHIP COMMERCE: Building Long-Term Brand Engagement*.

- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25–29.
- Rahmani, A. P. (2022). Pengaruh Kenyamanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 2022. <https://Journalkopin.Acd/Index.Php/Fairvalue>
- Rivaldo, Y., Wibowo, E. A., Hasibuan, R., Anggraini, D., & Arnesih, A. (2021). Analisis Dampak Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan. *JURNAL MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS*, 1(2), 149–157.
- Sari, H. P., & Djumena, E. (2024, June 29). *Nike Proyeksikan Pendapatannya Turun, Ini Sebabnya*. Kompas.Com. <https://Www.Kompas.Com/Topik-Pilihan/List/9267/Terima-Kasih-Jokowi?Source=Widget>
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., Salmiah, Halim, F., Wirapraja, A., Napitupulu, D., & Simarmata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi*.
- Sudirman, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., Agung, S., & Purnomo, A. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi*. <https://Www.Researchgate.Net/Publication/348945447>
- Suhadarliyah, Hartati, S., & Amelia, D. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <https://Www.Researchgate.Net/Publication/379189548>
- Syafrida, S., & Putra, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. *Amsir Management Journal*, 3(2), 79–90.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (N.D.). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* (Vol. 5, Issue 1). <http://Jurnal.Unswagati.Ac.Id/Index.Php/Jibm>
- Utami, B., & Tyas, A. A. W. P. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Kopi Nako. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(4), 90–106.
- Wardana, D. S. (2021). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Futsal Merek Specs Di Banjarnegara*.
- Wardhana, A. (2024a). *BRAND AWARENESS* (Pp. 165–185).
- Wardhana, A. (2024b). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN* (Pp. 271–288).

Wardhana, A. (2024c). *Keputusan Pembelian Konsumen* (Pp. 123–129).

Wardhana, A. (2024d). *LOYALITAS PELANGGAN* (Pp. 318–333).

Wardhana, A., Sitorus, S. A., Romli, N. A., & Tingga, C. P. (2022). *BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING* (A. Sudirman, Ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.

Widyantriana, C., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2024). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 80–90.

Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399–410.

Winasis, P. (2021). *Pengaruh Kegiatan Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek Pada Produk Wardah*. Universitas Islam Indonesia.

Yuliyzar, I. (2019). Faktor Brand Awareness Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek Nike Tiruan Di Home Industry Cikupa Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2).