

Daftar Pustaka

- A. Shimp, Terence. 2012. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta : Salemba Empat.
- Aaker. 2016 Manajemen ekuitas merek, Jakarta :Mitra Utama
- Arif & Purwanti 2018. “Pengaruh *Electronic Word Of Mouth (EWOM)* di Media Sosial Instagram Terhadap Minat beli ulang Konsumen (Studi Pada Richeese Factory)”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Vol 4, No 2.
- Bayu Saha Saputra (2021), Pengaruh *Brand Awareness* Dan Keyakinan Label Halal Terhadap Minat Pembelian Ulang Minuman Ichitan Thai Milk Tea (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau). *Jurnal Manajemen Universitas Islam Riau 2021*
- Brillyanes Sanawiri (2019), Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Serta Dampaknya Pada *Purchase Decision* (Survei Online Pada Followers Aktif Instagram Dan Facebook Vauza Tamma Hijab). Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 72 No. 2 (2019)
- Buchari Alma (2015), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Desra. (2019), Cara Meningkatkan *Brand Awareness* Bisnis, Simak Tips Ini Jurnal. Id. <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-meningkatkan-brand-awareness>.
- Fandy Tjiptono, (2016). Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi. Offset, Yogyakarta
- Haris Nursalim (2023), *The Influence of Viral Marketing and Brand Awareness on Consumers Purchase Intention of Mixue Beverage Products in Jakarta. Journal of International Conference Proceedings (JICP) Vol. 6 No. 1, pp. 100-111, March, 2023*
- Has Indah (2015), Studi Pengukuran Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Pada Produk Teh Botol Sosro Di Bandar Lampung (*Measurement Study Brand Awareness On Teh Botol Sosro In Bandar Lampung*). Jurnal Magister Manajemen, Vol.01, No.1, Januari 2015
- Hermawan et al. 2016. “Analisis Pengaruh Promosi, *Word of Mouth*, Dan *Brand Awareness* Terhadap Pembentukan Minat beli ulang Pada Coffee Groove Semarang. Journal of Management. Vol 4, No1, Hal1-10

<https://databoks.katadata.co.id>

<https://grahanurdian.com/data-e-commerce-Indonesia-2022/>

<https://inet.detik.com>

Indah, H. (2015). Studi Pengukuran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Teh Botol Sosro Di Bandar Lampung (Measurement Study Brand Awareness on Teh Botol Sosro in Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 1(01), 102-115.

Isra Ul Huda 2020. "Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Brand Awereness* Terhadap Minat beli ulang Ulang Konsumen Pada Warung Kopi 88 Banjar Indah Permai Melalui Kepuasan Konsumen" *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* Vol. 4, No. 4

Juliana & Sihombing (2019), Analisis *Brand Awareness* Dan Pengaruhnya Terhadap *Buying Decision* Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal Of Business Administration (Jba)*, Vol.1, No.1, Juni 2019

Kotler dan Keller (2016), *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Erlangga

Kusnandar, V. B. (2020, Januari 02). Inilah Proyeksi Jumlah Penduduk Indonesia 2020. databoks.katadata.co.id

Luthfa. (2022). Tren Bisnis Online di Bidang Kuliner di Tahun 2022. from *Ekonomi Bisnis*: <https://ekonomi.bisnis.com/read>

Mardalena et al (2018), Pengaruh Brand Awareness Dan Promosi Online Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Batam. *Ejournal.Universitas Putra batam*

Maulani, L. S., & Sanawiri, B. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Purchase Decision (Survei Online pada Followers Aktif Instagram dan Facebook Vauza Tamma Hijab). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(2), 148-156.

Nadhiro. (2019). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Pada Followers Instagram Warunk Upnormal. Universitas Negeri Surabaya
Pamungkas Bramaseto Rosie dan Sugiarto. 2015. Analisis pengaruh kesadaran Merek Melalui Loyalitas Merek. Vol. 4, Nomor 1, Tahun 2015, Halaman 1. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

- Putri Vania Dwi Alfiana, & Suasana I Agung Ketut Gede. 2018. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Starbucks Coffee. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 7, No. 1, 2018:470-496.
- Santoso Tri Iman. 2013. Pengaruh Asosiasi Merek, Citra merek, dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek. Skripsi (Tidak diterbitkan). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Sari, H. V. P., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Biskuit Oreo di Carrefour Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1), 1–9.
- Siti Asriah Immawati (2018), *The Product Packaging Design And Advertisement Attraction On Brand Awareness And Its Impact On Repurchasing Teh Botol Sosro Among Young Children At Tangerang City. International Journal of Entrepreneurship and Business Development 2018.*
- Suliyanto (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Yogyakarta: Andi Offset
- www.dataindustri.com
- Yuyun Taufik (2022), Peran *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* Produk Es Teh Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan* Vol. 6 No. 2 September 2022