

DAFTAR PUSTAKA

- (Agita Ayu Lestari 2020; BILGİN 2018; Celebrity, Dan, dan Image 2021; Herdana 2015; Kurnianing Putri dan Manajemen 2016; Purwanti, Sarwani, dan Sunarsi 2020; Widjaja, Wijaya, dan Jokom 2008)Agita Ayu Lestari. 2020. “Analisis Perbandingan Brand Equity Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kenangan.” : 2–17.
- BILGİN, Yusuf. 2018. “the Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty.” *Business & Management Studies: An International Journal* 6(1): 128–48.
- Celebrity, Pengaruh, Endorser Dan, dan Brand Image. 2021. “1) , 2) , 3) 1.”
- Herdana, Auditya. 2015. “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta).” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 3(1): 1–18.
- Kurnianing Putri, Novya, dan Jurusan Manajemen. 2016. “Merek Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Olahraga Nike Di Kota Semarang.” *Diponegoro Journal of Management* 5(1): 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Lesmana, Rosa, Arif Siaha Widodo, dan Nardi Sunardi. 2020. “The Formation of Customer Loyalty From Brand Awareness and Perceived Quality through Brand Equity of Xiaomi Smartphone Users in South Tangerang.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 4(1): 1.
- Pranata, I Wayan Dicky Reza, dan Km. Agus Satria Pramudana. 2018. “Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(10): 5230.
- Purwanti, Purwanti, Sarwani Sarwani, dan Denok Sunarsi. 2020. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia.” *Inovasi* 7(1): 24.
- Solihin, Dede. 2020. “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 4(1): 38–51.
- Upadana, Made wahyu Krisna, dan Komang Agus Satria Pramudana. 2020. “Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9(5): 1921.
- Widjaja, Maya, Serli Wijaya, dan Regina Jokom. 2008. “Analisis Penilaian Konsumen

Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops Di Surabaya.” *Jurnal Manajemen Perhotelan*
3(2): 89–101.