

DAFTAR PUSTAKA

- A.p, d. A. P., & seminari, n. K. (2020). Pengaruh *Brand Image* Dalam Mediasi *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Purchase Intention* pada Pengguna Traveloka. *Managemen*, 9(1), 1–21.
- Aaker. (2019). Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Terhadap Kualitas Dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario di Surabaya. *Business and banking*, 9(1), 1–17.
- Anggitasari, et al. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Management, accounting, economic, bussiness*, 1(20), 1–15.
- Bagus ngurah & putu i. (2018). *Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Association Brand Preference* dan *Purchase Intention*. *Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 1–20.
- Benowati, s. G., & purba, t. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Management, accounting, economic, bussiness*, 01(02), 1–15.
- Bimantari, c. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Yang Dirasakan, Dan Sikap Merek Pada Niat Beli Biskuit Oreo di Surabaya. *Business and banking*, 8(2), 1–18.
- Eliasari, p. R. A., & sukaatmadja, i. P. G. (2017). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* Dimediasi Oleh *Perceived Quality* Dan *Brand Loyalty*. *Managemen*, 6(12), 1–31.
- Febriana prita putriansari. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas, Sikap Merek, Dan Preferensi Merek Terhadap Niat Pembelian Pada Minuman Susu *Frisian Flag* di Surabaya. *Business and banking*, 8(2), 1–18.
- Firmansyah ryan, a. (2016). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Mobil Datsun Go Panca. *Bisnis dan manajemen*, 9(1), 1–7.
- Geby laylany widjanarko. (2019). Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Terhadap Kualitas Dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario Di Surabaya. *Business and banking*, 9(1), 1–17.

- Jufidar, abbas, f., & safwadi, i. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Merek Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Skuter Metik Merek Honda di Kota Banda Aceh. *Humaniora*, 3(1), 1–12.
- Putri, s. R., & amalia, r. (2018). Pengaruh E-Wom Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs *Online Shopee*. *Id. Managemen*, 3(2), 1–10.
- Sanusi, a. (2011). *Metodologi penelitian bisnis*.
- Setyawati, s. Murni, & rosiana, m. (2018). Sikap Konsumen Sebagai Mediasi Pengaruh Kredibilitas Selebriti Dan E-Wom Terhadap Niat Beli (Studi Empiris Pada Konsumen Bandung Makuta). *Managemen*, 8(1), 1–11.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Salemba Empat. 13-144.
- Wibowo, a. E. (2012). *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. Yogyakarta: gava media.