

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, D. A. 2011. *Manajemen Ekuitas Merek*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. Aswaja Pessindo. Yogyakarta.
- Adams, J. W., dan J. L. Yellen. 2009. Commodity Bundling and The Burden of Moopoly Quartely. *Journal of Economic*, 9(3).
- Agatama, C. H., Subagiyo, dan Y. Stefhani. 2023. Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Ekuitas Merek Serta Implikasinya Pada Perilaku Keputusan Masuk Sd Harapan Mulia Kota Bekasi. *Jurnal Satya Mandiri : Manajemen dan Bisnis, Magister Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*, 9.
- Aji, S. P., F. S. Nugroho., dan B. Rahardjo. 2023. *Promosi dan Pendidikan Kesehatan di Masyarakat*. Edisi Pertama. Global Eksekutif Teknologi. Padang.
- Alamin, S. R. 2021. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, Saluran Distribusi, dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli dan Ekuitas Merek (Studi Kasus Pada Home Industri Sepatu dan Sandal di Al Collection Sooko Mojokerto). *Jurnal Ilmu Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2):64.
- Amanda, R. 2022. WOM Spotify oleh Generasi Millenial. *Jurnal Komunikasi*. 14(1):140-157.
- Amelfdi, F. J., dan E. Ardyan. 2021. Pengaruh *Brand awareness*, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5:480.
- Amila, F., P. Haribowo., dan Rusmini. 2019. Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Ekuitas Merek Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia. *Admisi dan Bisnis*, 19:169.
- Andriani, V. 2019. Pengaruh Iklan dan CItra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk. *Skripsi*. 15-16.

- Andella, R., dan H. Sukotjo. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Smartphone. *Jurnal Riset dan Manajemen*, 6(9).
- Andriani, V. 2019. Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk. *Skripsi*. 15-16.
- Anwar, R. R. 2021. Pengaruh Advertising Dan Special Event Terhadap Peningkatan Brand awareness. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. 4(2):803.
- Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital Edisi Pertama*. Erlangga. Jakarta.
- Arianty, N., dan A. Andira. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4, 46.
- Aripin, Z. 2021. *Marketing Management*. Edisi Pertama. Deepublish. Yogyakarta.
- Asosiasi Penyelenggaraan Jaringan Internet Indonesia. (2023). *Data Survei Pengguna Internet 2023*. APJII.
- Ayu, F. 2021. Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Data Telkomsel. 17.
- Ayuniah, P. 2017. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22:217.
- Bahri, S. 2018. *Metode Penelitian Bisnis - Lengkap Dengan Teknik Pengolahan*. ANDI. Yogyakarta.
- Bari, A., dan R. Hidayat. 2022. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Gadget. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).
- Chalil, R. D. 2021. *Brand, Islamic Branding, dan Rebranding*. Edisi Pertama. PT. Raja Grafindo Persada. Surabaya.
- Muhammad, N. 2023. Pelanggan Spotify Premium Tembus 220 Juta Pengguna pada Kuartal II 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pelanggan-spotify-premium-tembus-220-juta-pengguna-pada-kuartal-ii-2023#:~:text=Berdasarkan%20laporan%20Spotify%2C%20jumlah%20pengguna,pengguna%20pada%20kuartal%20II%2D2023>. 17 Oktober 2023 (19:58).
- Dewi, A. R., dan C. M. Handhayani. 2021. Pengaruh Harga Paket, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian kartu GSM Tri Always On Pada

- Mahasiswa Fakultas Teknik Industri UNIPASurabaya. *Journal of Subtainability Business Research*, 2, 458.
- Djuniardi, D., I. Sani, M. Theresia, Y. Baeli, A. A. Saerang, N. L. Sudha, A. Y. Rukmana. 2023. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Menciptakan Loyalitas Pelanggan*. Edisi Pertama. Get Press Indonesia. Padang.
- Edu Gorilla Prep Experts. 2022. *UGC NET Commerce Paper II Chapter Wise Notebook*. 1<sup>st</sup> ed. Edu Gorilla Community Pvt. Ltd. Uttar Pradesh.
- Febriani, N. S., dan W. W. Dewi. 2022. *Sejarah dan Evolusi Strategi Manajemen Periklanan di Indonesia*. Edisi Pertama. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kesembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Aplikasi Multivariate dengan Program Pada PT XL AXIATA* Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Naurah, N. 2023. Bukan Spotify, Youtube Music Juara Platform Musik yang Paling Sering Digunakan Masyarakat 2023. <https://goodstats.id/article/bukan-spotify-youtube-music-juarai-platform-musik-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-2023-o2Uyq>. 19 Oktober 2023 (21:59).
- Gudono. 2015. *Analisis Data Multivariate*. Edisi Ketiga. BPF. Yogyakarta.
- Handojo, K. J., dan N. E. Santoso. 2022. Dampak Atribut Produk, Virality dan Rekomendasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2).
- Hapsari, T. P., dan L. Saptyawati. 2022. Analisis Perbandingan Pengaruh Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh *Brand awareness*. *Journal Compentcy og Business*, 6.
- Haque, A. p., dan Fawzi. 2022. *Perjalanan Manajemen Industri dan Jaminan Produk Halal Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Hidayati, K. F. 2021. *Strategi Penetapan Harga: Arti, Cara Menentukan, Manfaat, dan Jenis-jenis*. Retrieved November 11, 2023, from glints: <https://glints.com/id/strategi-penetapan-harga>

- Imanti, H. P. 2014. Pengaruh Promosi Penjualan, Periklanan dan Penjualan Pribadi Terhadap Kesadaran Merek Konsumen Makanan Ringan Kacang Tanah Mr. P di DKI Jakarta. *Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi*, 84-86.
- Indrasari, D. M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Edisi Pertama. Unitomo Press. Surabaya.
- Irwan, A., dan Kamaruddin. 2023. Pengaruh iklan, promosi, dan harga terhadap ekuitas merek. *Jurnal Ekonomi Prioritas*, 3:8.
- Iswara, I. G., R. U. Ananta, N. P. Prabawati, I. B. Puja, dan I. M. Pramana. 2023. Pengaruh Fitur, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Layanan *Premium* Pada Aplikasi Digital *Streaming* Spotify Studi Kasus Pada Pengguna *Spotify Premium* di Kota Madiun.
- Kartajaya, H. 2009. *New Wave Marketing*. Edisi Pertama. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2018. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta.
- Krishnan, S. S., dan R. K. Sitaraman. 2013. Understanding the Effectiveness of Video Ads:A Measurement Study. 101.
- Loebis, R. S., dan S. B. Utomo. 2022. Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(12), 9.
- Lopez, S. 2020. *Value-based Marketing Strategy*. 1<sup>st</sup> ed. Vernon Art and Science Incorporated. Wilmington.
- Martin, B., dan E. Stephens. 2019. *Strategic Brand Management*. Edisi Pertama. ED-Tech Press. London.
- Morissan. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Pertama. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Muchtar, M., R. Hurriyati, P. D. Dirgantari, dan F. F. Sigarlaki. 2022. Analisis Digital Advertising terhadap Purchase Intention melalui *Brand awareness* sebagai Variabel Intervening . *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 246.
- Nurmawati. 2018. *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Edisi Pertama. Media Nusa Creative. Malang.

- Pasaribu, V. D., B. Karyanto, M. Afidayat, F. M. Athalariq, J. Riyan, G. Ganika, A. Zulfikar. 2021. *Pemasaran Kontemporer*. Edisi Pertama. Widina Bhakti Persada. Bandung.
- Periyadi, Junaidi, dan N. Maulida. 2020. Pengaruh Strategi Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 161.
- Perplexity AI. 2023. Retrieved from Perplexity AI: <https://www.perplexity.ai/search/47f8968a-1a1e-4986-a828-a5149bf25c1d?s=u>
- Pitri, T. 2023. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *EMA Jurnal Akuntansi Manajemen*, 91.
- Pratama, C. A., R. S. Dewi, dan A. Wijayanto. 2022. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah Melalui *Brand awareness* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11, 65.
- P Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Kedua. Zifatama Publishing Sidoarjo.
- Purnamasari, D. L., A. D. Septyani, dan I. R. Rusydi. 2022. Pengaruh Periklanan Televisi Dan Duta Merek Terhadap Pembentukan Kesadaran Merek Pada Tokopedia Seri Bangtan Sonyeondan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Industri (EBI)*. 04(01):01-13.
- Purwandari, S. 2022. *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. CV. Media Sains Indonesia. Bandung.
- Rahmadini, I. 2022. Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand awareness* Pada Layanan Streaming Digital Netflix (Studi Pada Mahasiswa STIESIA). 17.
- Rangkuti, F. 2013. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intregrated Marketing Communication*. Edisi Pertama. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Reski Dewi Pratiwi, S. M. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Tahta Media Group. Makassar.
- Rifai, I., S. L. Mandey, dan S. Levyna. 2023. *Fenomena Pinjaman Online (Konsep dan Strategi Pemasaran)*. Edisi Pertama. Uwas Inspirasi Indonesia. Ponorogo.

- Riyanto, S., dan A. A. Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish. Yogyakarta.
- Rochmat, Z., N. Jahuar, F. Dikhi, L. Diana, F. Sudirjo, R. Fauzan, D. R. Ashari. 2022. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. PT. Global Eksekutif Teknologi. Padang.
- Saleh, M. Y., dan M. Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. CV. Sah Media. Makassar.
- Santoso, S. 2019. *Mahir Statidtik Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo Jakarta.
- Schindler, R. M. 2023. *Pricing Strategies*. 1<sup>st</sup> ed. SAGE Publication. New York.
- Setiyani, W. 2020. Pengaruh Penetapan Harga dengan Paket Bundling terhadap Keputusan Pembelian di Royal Furniture Pekanbaru Ditinjau dari Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 46.
- Shaddy, F., dan A. Fishbach. 2017. Seller Beware: How Bundling Effect Valuation. *Journal of Marketing Research*.
- Silkoset, R. 2023. *Pricing: A Guide to Pricing Decisions*. 1<sup>st</sup> ed. De Gruyter. Germany.
- Simp, T. A., dan Andrews. 2018. *Advertising, Promotion, and Other Aspect of integrated: Marketing Communications*.
- Sinulingga, N. A., dan H. T. Sihotang. 2023. *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori* (Vol. Pertama). IOCS Publisher. Sumatera Utara.
- Sitorus, Romli, dan Sukanteri. 2022. *Brand Marketing: The Art of Branding*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Media Sains Indonesia. Bandung.
- Stiawan, E. 2018. *Integrated Marketing Communication*. Samudra Biru. Sidoarjo.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RdanD*. Edisi Kedua Puluh Empat. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RdanD*. Edisi Kedua. Alfabeta. Bandung.
- Suharno, dan Sutarso. 2009. *Marketing in Practice*. Edisi Baru. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. ANDI. Yogyakarta.
- Swarsono, D., dan S. Kancana. 2017. Analisis Efektivitas Iklan Berdasarkan Konsep AIDCA. *Jurnal Paradigma Masalah Sosial*, 21(1):75-76.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

- \_\_\_\_\_. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Vellas, F., dan L. Becherel. 2008. *Pemasaran Pariwisata Internasional*. Edisi Pertama. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Verdiyanata, J. F., R. P. Suci, dan Zulkifli. 2022. Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Kesadaran Merek . *The 3rd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2022)* .
- Wibisono, D. 2012. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian dengan perilaku niat sebagai variabel intervening pada situs kaskus. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*.
- Widhayani, A. 2020. *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan, dan Poster*. Edisi Pertama. Yayasan Hidayatul Mubtadi'in (HM). Probolinggo.
- Wijaya, B. 2013. *Lifestyle Marketing*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Zaid. 2021. *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi dan Kualitas Pelayanan*. Edisi Pertama. Academia Publication. Lamongan.

