

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. (1991). *Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand*. New York : The Free Press
- Apsari, M. (2019). *Pengaruh Inflasi, Bi Rate Dan Kurs Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Pada Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di Bank Indonesia Tahun 2013-2017)* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Ade Winata, I Ketut Nurcahya. *Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat BELI (Stusi Pada Calin Konsumen Bukalapak.COM Di Kota Denpasar*. Vol.6.No.10.Hal.5669
- Astitiani, Ni Luh Putu Surya. "Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional Kadek Riyan Putra Richadinata1."
- Astuti.2013.*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*.Diponorogo Journal Of Management Vol.2 No.3.Hal.2
- Aust, F. A. (2016). The electrical discharge between a pointed conductor and a hemispherical surface in gases at different pressures. *Physical Review (Series I)*, 32(2), 254–255. <https://doi.org/10.1103/PhysRevSeriesI.32.254>
- Bima Cipta Panca 2 Septiana A. Estri, 3M. Malik Akbar *Pengaruh Facebook Ads dan Citra Merek terhadap Minat Beli (Survey pada Konsumen Matoa Indonesia)*
- Budiastuti, Dewi Retno. "Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam." *Jurnal Public Relations (J-PR)* 3.1 (2022): 61-72.
- Dreambox.id(2022). *Etahui Berbagai Jenis, Manfaat dan Tips Membuat Copywriting* <https://www.dreambox.id/blog/branding-strategi/ketahui-berbagai-jenis-manfaat-dan-tips-membuat-copywriting/>. Diakses 15 September 2022
- Defri Mazuanda.2018.*Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Veart Jeans Bandung*. 38Faradiba dan Sri Rahayu Tri

Dewi Retno Budiastuti Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam

Digdowiseiso, K. (2017). *Manajemen dan Bisnis*.

Dwi Hadya Jayani, "10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia" diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-seringdigunakan-di-indonesia>, pada tanggal 20 Januari 2020 pukul 15.45

Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony, (2017), *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

E Desiarista, Srirahayu Triastuti. *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*. Aset. Vol.13.No.01.2011.Hal.39

Effendi, n. i., & murni, y. (2019). usia dan kategori fasilitas pendidikan di daerah dan implikasi utama terhadap pendidikan indonesia dilihat dari data indonesian family life survey (ifls). *manajemen dan kewirausahaan*.

Ekaputri, H. E., Nurfadilah, F.A., Rafsanjani, F., & RD Santy. (2021). The Effect of Creative Content to Increase Brand Awareness: Information Technology-Based Marketing Strategies. *International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH)*. 1(2)410-423.

Evgeniy, Yu, Kangmun Lee, and Taewoo Roh. "The effect of eWOM on purchase intention for Korean-brand cars in Russia: the mediating role of brand image and perceived quality." *Journal of Korea Trade* 23.5 (2019): 102-117.

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek; Planning dan Strategy*. CV. Penerbit Qiara Media.

Fimela.com (2020). *Pengertian Iklan, Tujuan dan Jenisnya yang Perlu Diketahui* <https://m.fimela.com/lifestyle/read/4411140/pengertian-iklan-tujuan-dan-jenisnya-yang-perlu-diketahui>. Diakses 15 September 2022

Ghozali, I. (2018). Al-Qur'an Dalam Prespektif Muhammed Arqoun (An analysis of Tafsir Arqoun's thought)(An analysis of Tafsir Arqoun's thought). *Akademika: Jurnal Keagamaan dan Pendidikan*, 14(1), 87-105.

Google.com(2022). Google Review Summary. <https://www.google.com/search?ie=UTF-8&client=ms-android-samsung-gj->

[rev1&source=android](#) browser&q=momis+bakery#wptab= Diakses 15
September 2022

- Habibie, Fachrul Husain, et al. "Apakah Instagram lebih penting dibandingkan Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kuliner? Studi Kasus: Kaum Milenial di daerah Jakarta Selatan." *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen* 6.1 (2022): 54-65.
- Iswati, I. (2019). Karakteristik ideal sikap religiusitas pada masa dewasa. *At-Tajdid: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 2(01).
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jatmika, S. (2017). E-Marketing Dengan Media Jejaring Sosial Untuk Peningkatan Pendahuluan E-Marketing
- Juliana, J., Hakim, L., & Mustari, N. (2015). Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Pegawai di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Enrekang. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 1(1).
- Jariah, A. (2012). Analisis faktor-faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di lumajang. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 2(2).
- Joesyiana (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Valuta* Vol. 4 No 1.
- Karr, D. (2016). "How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys. Meltwater Outside Insight
- Leanne. (2020). The Most Important Facebook Ad Metrics You Should Be Monitoring & Optimizing. Retrieved October 22, 2020, from Lyfemarketing.com website: <https://www.lyfemarketing.com/blog/facebook-ad-metrics/>
- Muzakki, Muhammad Husin Nur, and Septylyta Rahmita Putri. "THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND TRUST ON FRESHMEN'S DECISION MAKING." *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi* 13.1 (2022).

- Pongrante, M. E. (2020). *Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Love Beauty And Planet Di Store Watsons Mall Pvj Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Purwaka, T. H. (Ed.). (2018). *Pelindungan merek*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Philip Kotler dkk, *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital* (Terj. Hermawan Kartajaya), (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014) hlm.48
- Prisca Ayu Cristanti. 2018. *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Labe Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta*.
- Randi Saputra. *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda*. JOM FISIP. Vol.5.No.1.2018
- RAP, M., & Iriani, S. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Ricard Putra, 2020, *Master Screts Facebook & Instagram*, cetakan pertama 10 juni 2020, Penerbit: Pt Revolusi milenial Indonesia
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online”. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169- 175.
- Ruata, Dylan Y., Marjam M. Mangantar, and Merinda HC Pandowo. "The Influence Of Electronic Word Of Mouth (Ewom) And Brand Image On Customer Purchase Intentions At Traveloka Online Travel Agency." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9.4 (2021): 115-125.
- Sarjanaekonomi. (2020). *Pengertian Penjualan Menurut Para Ahli*. Guru Ekonomi. <https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-penjualan-menurut-para-ahli/>
- Sinaga, Cindy Esther, Hendra Jonathan Sibarani, and Syahlida jumiyanti Nababan. "Pengaruh Persepsi, Minat Beli dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Produk Finansial pada Aplikasi Pinjaman Online di Kota Medan." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 3.3 (2022): 1273-1284.

- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5.0 (Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective). *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 22(2), 175-191.
- Sudjanarti, D., Khabibah, U., & Wardani, T. I. (2019). Pengaruh Orientasi Belanja Dan Perbedaan Gender Terhadap Pencarian Informasi Online Dan Belanja Online Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 12(2), 118-126.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. CV Andi Offset (Andi).
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Susilawati, E., & Dhaniawaty R.P (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah Ilmiah UNIKOM*.
- Suara.com (2021). Penjualan Roti Indonesia Jadi yang Tertinggi di Asia Tenggara, Capai Rp2.6 Triliun!
<https://www.suara.com/lifestyle/2021/12/03/172612/penjualan-roti-indonesia-jadi-yang-tertinggi-di-asia-tenggara-capai-rp26-triliun> Diakses 15 September 2022.
- Tan, Zhongfu, et al. "Investigating the Impact of Green Marketing Components on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image and Brand Trust." *Sustainability* 14.10 (2022): 5939.
- Tangka, Givent C., and Lucky OH Dotulong. "Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Streudi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsrat Angkatan 2018." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10.1 (2022): 383-392.
- Tjahjono, Ernesto Jose, Lena Ellitan, and Yuliasti Ika Handayani. "Product Quality and Brand Image towards Customers' Satisfaction through Purchase Decision of Wardah Cosmetic Products in Surabaya." *Journal of Entrepreneurship & Business* 2.1 (2021): 56-70.

- Umi, Narimawati., Sri Dewi, Anggadini., Linna, Ismawati. (2011), Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Pertama, Genesis. Pondok Gede, Bekasi.
- Wiese, Melanie, Martínez-Climent, Carla, & Botella-Carrubi, Dolores. (2020). A Framework For Facebook Advertising Effectiveness: A Behavioral Perspective. *Journal of Business Research*, 109 (2020), 76–87.
- Zulfikar, R., & Septiani, M.(2019). Pengaruh Green Produk Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lemonilo Di Toko Organik Bandung.