

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2022, September 8). Memahami Consumer Goods Sebagai Produk Akhir Manufaktur dan Contohnya. RedERP. <https://rederp.co.id/blog/consumer-goods-adalah/>
- Afriliani, S., Dian Safina, W., & Rukmini. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabun Lifebuoy Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. *Jurnal Edueco*, 5(2), 78-87.
- Amalia, F., & Nyoman Yulianthini, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Bukalapak Di Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 205–212.
- Anita Kartika Sari, & Tri Wahjoedi. (2022). The influence of brand image and brand awareness on purchasing decisions is moderated by brand ambassador. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 16(3), 947–957. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2022.16.3.1462>
- Apriani, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Sabun Mandi Lifebuoy Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, 1(2), 229–242. <http://jurnal.undira.ac.id/index.php/jpmk/>
- Arianty Nel, Andira Ari (2021) Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4(1)
- Dhenabayu, R., Ayu Cahya Kamila, F., Wahyuni, D., Daffa Armawadin, I., Farhan Akbar, M., & Masdarul Ashar, M. (2022). Perkembangan Strategi Bisnis PT Unilever (Tinjauan Analisis PESTEL dan SWOT). *JDBIM (Journal of Digital Business and Innovation Management)*, 12(1), 1–21. <https://doi.org/10.1234/jdbim.v1i1.48683>

- Dicky, W., Pranata, R., Agus, K., & Pramudana, S. (2018). Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. 7(10), 5230–5257. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p2>
- Eka Murti Hartono, M., & Sumantri Indra Wicaksana, P. (2023). The influence of brand image product quality and price on purchase decisions of garnier facial cleanser products in South Cikarang. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 2).
- Erisna Nuria, & De Melo Christiand. (2021). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Oleh Mahasiswa Di Universitas Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 2(1), 51–57.
- Excelentia, E, Frendy, P, Keles Danjte. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy di Kantor PT. Unilever Indonesia. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 3).
- Fathia Salsabila, H. (2021). Pengaruh iklan media sosial, electronic word of mouth, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian. In *Akuntabel* (Vol. 18, Issue 4). <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Handayani, SB & faozi Ikhsan. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*.
- Ilyas, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Iklan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Kawasaki. *Journal of Economics & Business*, 8(1), 18–26.
- Irma Yunita Tengku, & Rukmini, SE. , M. S. (2021). Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Formula Pada Masyarakat Desa Denai Kuala Kecamatan Pantai Labu Deli Serdang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen 1(1)*

- Jefri Putri Nugraha, M. Sc. , dkk. (2021). Perilaku Perilaku Konsumen Teori PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI) .
- Jovita Fansisca Amelfdi, & Ardyan Elia. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *PERFORMA Jurnam Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(6), 473–482.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kuspriyono Taat. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala*, XVIII(1).
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). The influence of promotion, product quality and brand image towards customer purchase decisions of Wardah cosmetic products. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 11(2), 67–73. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1579>
- Miati, I., (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Mulyaputri, V. M. (2021). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan Di Kota Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- O M, Tampi Johny R.E, Olivia Walangitan,. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 99–106.
- Okta, & Firman, S. (n.d.). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Celebrity Endorser (Studi Pada Produk “Malang Strudel” Di Kota Malang).
- Pradana, D., & Hidayah, S. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *KINERJA*, 14(1), 16–23.

- Pradipta. 2012. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi pada pengguna sepeda motor Honda Scoopy di Semarang). In *Jurnal Mirai Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Prasetia, W., & Hidayat, A. (2021). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty on Purchase Intention. *Archives of Business Research*, 9(12), 132–144. <https://doi.org/10.14738/abr.912.11374>
- Pratiwi, N. R., & Tjahjaningsih, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection Di Semarang)* (Vols. 978-979-3649-72–6).
- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). The Influence Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decisions. *Forum Ekonomi*, 23(3), 413–420. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA BANDUNG .
- Putu, N., Putri, J. M., Made, N., & Kusumadewi, W. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4355–4384. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i08.p12>
- Qontak Editorial. (2022, May 24). *Pengertian Consumer Goods, Jenis, dan Contoh Produk FMCG*. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/consumer-goods-adalah/>
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. In *JSMB* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>

- Ramadhani, A., Fauzi, A., & Absah, Y. (2021). The Influence of Brand Awareness, the Knowledge and Halal Label on Purchase Decisions of Cosmetics Emina through to Reference Group as a Moderating Variable on the Generation Y and Generation Z in the City of Medan. *International Journal of Research and Review (Ijrrjournal.Com)*, 8, 1.
- Rachmah, S. M. (2022). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *International Journal Of Social And Management Studies (Ijosmas)*, 3(4), 82–88. <http://www.ijosmas.org>
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Saldanha Barreto, J., Komang, L., Dewi, C., & Ximenes, ; Lucio. (2023). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions of Packaged Drinking Water in Liquiça District, DILi – Timor Leste. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(1), 332–340. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v10i1.4399>
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Consumer Behaviour* 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2016). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. In PT. Indeks Gramedia
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal*

Aplikasi Ekonomi Akuntansi Dan Bisnis, 1(1), 001–015.
<https://doi.org/10.35212/277621>

Sidrotul Muntaha, L., Djoko, H., & Shinta Dewi, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lux Cair (Studi Kasus Pada Konsumen/Pengguna Sabun Mandi Lux Cair Di Swalayan Gelael Mall Ciputra Semarang). In *Diponegoro Journal Of Social And Politic* <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>

Simanjuntak Prandika, Laura Hardilawati Wan, & Diane Binangkit Intan. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Tangan Merek Solis Di Pekanbaru. *Economics Accounting and Business Journal*, 1(1), 319–332.

Stephen, A., Canthika, A., Subrata, D., & Veronika, D. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesia Business Review*, 02(02), 233-248

Suriani, & Nurvita Trianasari, SSI., M. S. (2018). The Effect Of Advertisement And Brand Image Toward Purchase Decision (Case Study On Ramayana Ramadhan 2018 Advertisement). *e-Proceeding of Management*, 5(3), 3186-3194.

Umbola, F., Mawuntu, P., & Potolau, M. (2019). The Influence Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decisions. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 8(2), 51–56. <https://doi.org/10.37715/jee.v8i2.1120>

Unilever “Profil Perusahaan” Business Website. Unilever Indonesia <https://www.unilever.com/our-company/strategy/>

Widyaningrum, M. A., & Musadad, A. (2021). Pengaruh citra merek dan kemasan terhadap minat beli produk garnier. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 439–448.

Wowor, C., Lumanuw, B., Ogi, I., Wowor, C. A., Lumanauw, B., Ogi, I. W., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di

Kota Manado The Influence Of Brand Image, Price And Lifestyle On Buying Decision Of Janji Jiwa Coffee In Manado City. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajmen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.

Yuliana, Y., & Putra, M. G. (2020). The Effect of Brand Associations and Brand Awareness on the Decision to Buy a Sim Card. *Ilomata International Journal of Management*, 1(2), 72–77. <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm>