

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Azriel Rasyidi, Maria Christiana Iman Kalis, Nur Afifah, Bintoro Bagus Purmono, and Ikram Yakin. 2023. "The Influence of Product Packaging Design and Online Customer Review on Brand Awareness and Their Impact on Online Purchase Intention." *South Asian Research Journal of Business and Management* 5(1): 10–18. doi:10.36346/sarjbm.2023.v05i01.002.
- Amir, M. (2019). *Perilaku konsumen*. Penerbit Andi.
- Ardiyanti, V. D., & Fitriani, I. R. (2024). *Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Key Opinion Leaders on Hanasui Product Purchase Decisions. Journal of Business Studies*, 10(1).
- Asyana, A. T. (2024). *Pengaruh KOL marketing di Instagram terhadap Brand Awareness Ayam Koplo* (Skripsi, Universitas Brawijaya).
- Azzari, P. S., & Pelissari, A. J. (2020). *Does Brand Awareness Influences Purchase Intention? The Mediation Role of Brand Equity Dimensions. Brazilian Business Review*, 17(5), 517-535.
- Caesarly Rachmadea & Rizqi Muttaqin. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skintific Dalam Perspektif Mahasiswa UNM. Jurnal Inovasi dan Kreativitas (JIKa)*, 1(1), 1-10.
- Cahyani, K. I., & Sutrasnawati, R. E. (2020). *Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Lembaga Kursus Bahasa Sentra Lingua Depok. Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(3), 163-172.
- Chen, S. (2024). *The Impact of Brand Awareness on Purchase Intention. Highlights in Business, Economics and Management*, 30, 239–246.
- Eliasari, P. R. A., & Sukaatmadja, P. G. (2017). *Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Intention Dimediasi oleh Perceived Quality dan Brand Loyalty. E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(12), 6620–6650.
- Falah, F. (2024). *Pengaruh Lousse Scarlett sebagai Key Opinion Leader terhadap Brand Awareness produk Realfood pada pengikut akun TikTok @louissescarlettfamily di Jakarta Barat* (Skripsi, Universitas Mercu Buana).
- Febriani, Nadia Suhaila, Candra Nurdin Nugraha, Nikki Ariela, Stefania Sutrisno, and Lina Aulina. 2024. "Pengaruh Strategi Content Marketing Terhadap Brand Awareness Di Sosial Media Tiktok @ Rucas . Official." *SUPLUS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3(1): 310–18.

- Febriyan, F., & Supriono, S. (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap *Brand Awareness* pada Produk Internasional. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 1-10.
- Hameed, F. (2024). *Brand Awareness and purchase intention in the age of digital communication: A moderated mediation model of celebrity endorsement and consumer attitude*. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 13(1), e202309.
- Hanaysha, J. R. (2022). *Impact of Social Media Marketing Features on Consumers Purchase Decision in the Fast-Food Industry: Brand Trust as a Mediator*. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2, 100102.
- He, Y. (2024). *The Influence of KOL (Key Opinion Leader) Marketing Model on the Consumption Behavior of Generation Z*. *Frontiers in Business, Economics and Management*.
- Ilmi, L. W. M., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh *Key Opinion Leader, trustworthiness dan risk perception* terhadap minat beli konsumen produk kecantikan *MS Glow*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 45–56.
- Ilmi, Z., & Mahendri, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Customer Experience* Terhadap *Word of Mouth* pada Skincare *Brand Emina*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 2(2), 1-10
- Juanim. (2020). Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL, Cetakan Kesatu. PT. Refika Aditama, Bandung
- Kinanti, P., & Putri, R. (2021). Strategi Pendidikan Karakter Bagi Siswa Sekolah Dasar Melalui Kearifan Lokal di Sekolah. *Jurnal Instruksional*, 3(1), 1-12.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. Boston: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management (15th Global Edition)*. Pearson Education.
- Krisnawati, D. (2020). Pengaruh *Financial Technology Payment, Financial Attitude, dan Financial Knowledge* terhadap *Financial Management Behavior* bagi Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 1-15.
- Kusuma, Intan Astari, Fajar Dwi, Nur Afifah, Muhammad Gusnanda Ruba, Yopi Yudha Utama, and Iain Kediri. 2023. "Analisis Manajemen Digital Dalam Mengoptimalkan Kinerja Bisnis." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2(1).

- Lailiyah, N. I., & Istiqomah, N. H. (2023). *Literature Review: KOL Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0*. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(4), 576.
- Maharani, Yunia. 2025. "Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap *Purchase Decesion* Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel *Iintervening* (Kuesioner)." *Akademik* 5(1): 20–24.
- Mileva, K., & DH, R. (2020). *Supraspinal Responses and Spinal Reflexes*. In J. Rittweger (Ed.), *Manual of Vibration Exercise and Vibration Therapy*. Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurgayati, Y. (2019). Pengaruh Penerapan Model Pembelajaran Berbasis Masalah Terhadap Keterampilan Berpikir Kritis. *Jurnal Penelitian dan Pembelajaran IPA*, 5(1), 1-10.
- Prihadi, Deddy, and Agnes Dwita Susilawati. 2018. "Pengaruh Kemampuan *E-Commerce* Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaraan." *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3(1): 15. doi:10.23917/benefit.v3i1.5647.
- Rahmi, N., Nuraini, N., & Sudarso, Y. (2021). Pengaruh *Brand Awareness* dan persepsi risiko terhadap *purchase intention* pengguna Shopee. *Jurnal Siasat Bisnis*, 25(2), 89–103.
- Ramesh, K., Saha, R., Goswami, S., & Dahiya, R. (2020). *Brand Awareness and purchase intention in the age of digital communication: A moderated mediation model of celebrity endorsement and consumer attitude*. *Journal of Promotion Management*, 26(7), 1021–1048.
- Salam, Abdul, and Sukiman Sukiman. 2021. "Pengaruh *Green Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua." *Jurnal Ilmu Manajemen* 11(1): 69. doi:10.32502/jimn.v11i1.3427.
- Setiawan, I. B. P. A., & Aksari, N. M. A. (2020). *The role of Brand Awareness in mediating the influence of celebrity endorsers on purchase intention*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 2352–2370.
- Shahid, Zarlish, Tehmeena Hussain, and Fareeha Zafar. 2017. "The Impact of *Brand Awareness* on the Consumers' *Purchase Intention*." *Journal of Accounting & Marketing* 06(01): 1–4. doi:10.4172/2168-9601.1000223.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Vindiazhari, N. R. (2024). Pengaruh Penggunaan *Key Opinion Leader* Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Generasi Z di Wilayah Kota Bandung. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Wibowo, Agus. 2016. “Pengantar Pemasaran Bisnis Digital.” Yayasan Prima Agus Teknik: 2013–15.
- Widyadhana, A. J. (2023). Analisis pengaruh *makro influencer* dan *mikro influencer* dalam KOL marketing terhadap *Brand Awareness* Skintific. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), 101–113.
- Yustiawan, S. T., & Lestari, B. (2023). Pengaruh *Influencer* Media Sosial dan Konten Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Piscocol di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2).