

DAFTAR PUSTAKA

- Andjarwati, A. L., Surabaya, U. N., & Merek, C. (2018). *Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan teh pucuk harum wilayah surabaya utara*. 5(2), 189–202. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.6736>
- Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. (2019). Pengaruh keterlibatan dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian jamu masuk angin kemasan. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 122–137.
- Asnawi, A. (2022). *Berpindah Merek Produk Saat Covid19: Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pemasaran Media Sosial*. 6, 13.
- Ayu, N., & Tukau, W. (2018). *Pengaruh Gambar dan Profil Instagram Terasrumahmu terhadap Kesadaran Merek*. 43, 1–17.
- Bashir, A. M. (2019). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015.
- Bisnis, J. A. (2019). *Kualitas Produk , Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pendahuluan*. 8(September), 75–88.
- Dhiba, P. F., Nizam, A., & Dianah, A. (2020). *Ekobis : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah Pengaruh Pengetahuan Produk , Religiusitas , dan Sikap Terhadap Perilaku Mahasiswa Pengguna Produk Kecantikan Korea Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Issn, P. (2021). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 8 No . 2 September 2021 E - ISSN*. 8(2), 208–217.
- Jannah, M., & Nugroho, S. S. (n.d.). *Miftahul Jannah, Sahid Susilo Nugroho, dan Indriyo Gitosudarmo. Peran Keterlibatan Produk Dalam.....* 288. 1, 288–303.
- Kesadaran, P., Dan, M., Merek, C., & Loyalitas, T. (2019). *Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan merek sebagai variabel intervening*. 7.

- Maulana, Hasnita, dan E. dkk. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN WORD OF MOUTH. *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*, 2(2684–8554), 124–137.
- Merek, P. K., & Dan, K. M. (2018). *LUXURI FASHION BRAND DENGAN GENDER SEBAGAI MODERATING PADA PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDA ACEH*. 2(1), 99–114.
- Octiviani, C. (2022). Pengaruh Citra Merek, Keterlibatan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Air Minum dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(4), 410–414.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>
- Prastowo, S. L., & Rahmadi, R. (2023). Apakah brand awareness mampu memoderasi promosi, kualitas produk dan inovasi terhadap keputusan pembelian? *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 153–168.
- Produk, P. P., Produk, K., Terhadap, D. A. N. E., Pembelian, N., Max, P., & Ulrica, T. (2021). *UNIVERSITAS TARUMANAGARA MELALUI WEBSITE SOCIOLLA DI JAKARTA*. III(2), 491–499.
- Putra, E. (2020). *PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA MAHASISWA STIE PASAMAN) THE INFLUENCE OF PROMOTION THROUGH SOCIAL MEDIA AND PRODUCT REVIEW ON THE MARKETPLACE SHOPEE ON PURCHASE DEC*. 8(September), 467–474.
- Rachmawati, E. (2021). *Peran Kesadaran Merek Halal dalam Memediasi antara Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Produk Sebelum Memutuskan Pembelian Produk Kemasan Halal*. Universitas Jenderal Soedirman.
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2022). A moderating role of halal brand awareness to purchase decision making. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 542–563. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0145>
- Religiusitas, P., & Dan, P. P. (2020). *Pengaruh religiusitas, pengetahuan produk dan faktor sosial terhadap penggunaan shopeepaylater*. 1(2), 20–30.

- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Saputra, N., & Tresnati, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal dan Pengetahuan Produk Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Wisata Halal di Bali. *Prosiding Manajemen*, 47–49.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset*, 1(1), 001–015. <https://doi.org/10.35212/277621>
- Sukma, M. R. D., & Cahyono, B. (2021). PERAN PENGETAHUAN PRODUK HALAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KESADARAN LABEL HALAL. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2), 22–32.
- Sukoco, A. A. (2019). Keterlibatan Konsumen Terhadap Produk (Product Involvement) Dan Implikasinya Dalam Strategi Pemasaran. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 18(1), 83–91.
- Tridiwianti, F., & Harti. (2020). Pengaruh Green Product Awareness Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Body Care. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1104–1110.
- Weisstein, F. L., Song, L., Andersen, P., & Zhu, Y. (2017). Examining impacts of negative reviews and purchase goals on consumer purchase decision. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39(July), 201–207. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.015>