

DAFTAR PUSTAKA

- Arihta Hosiana Felicia, Ramadhan, Y., & Natsir Nugroho, M. (2024). Peran Kepercayaan Dalam Memoderasi Pengaruh Harga dan Risiko yang Dirasakan terhadap Nilai yang Dipersepsikan. *Jurnal Sosial dan Sains*.
- Cahyono Tri Edhy, & Syahril Megawati. (2023). Pengaruh Iklan dan Duta Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Shopee. e-ISSN: 2621-0444
- Chi, N. T. K. (2021). *Innovation capability: The impact of e-CRM and COVID-19 risk perception. Technology in Society*, 67.
- Christian Putra Tarigan, Jois Simarmata, Lidia Mutiara Hutasoit, & Lenti Susana Saragih. (2023). Dampak *Brand Positioning* terhadap Persepsi Konsumen dan Niat Membeli di Toko Kijora Lemang Batok. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 214–219.
- Cindi Mutiara Annur. (2022). Air Mineral Paling Favorit di Indonesia Tahun 2022. Diakses pada tanggal 21 Februari 2024 pukul 08.25 WIB, melalui website [https://data.goodstats.id/statistic/7-merek-air-mineral-dalam-botol-favorit masyarakat-indonesia-2023-2P49](https://data.goodstats.id/statistic/7-merek-air-mineral-dalam-botol-favorit-masyarakat-indonesia-2023-2P49)
- De Yusa, Utami Riyan, Suwandi. (2024). Pengaruh E-WOM, Citra Merek, dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli: Studi Pada Konsumen Piero Footwear.
- Dewi Sartikawati, I., Ali, A., Setiawan, A., & Bangkinang, S. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Keunggulan Produk, Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Le-Minera (Studi Kasus pada Malaya Mart dan Ranggon Mart di Bangkinang Kota). *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(4).
- Fauzian, A. F., Wiryawan, D., & Siti Ambarwati, D. A. (2022). Kesadaran Merek dan Risiko yang Dirasakan dalam Mempengaruhi Niat Beli Sepatu “NIKE.” *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(2), 39.
- Karnelia Voni, Aliya Sabeli. (2024). Efektifitas Penggunaan Sosial Media Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek PT Pupuk Sriwidjaja Palembang.

- Mutiarawati Krisna. (2023). *Analysis of financial statements in measuring the performance of UMKM in Mamuju Regency (Case Study on the AL-KAHFI FOOD Bu.*
- Nuranti, R., & Harsono, M. (2023). *The Role of Online Consumer Emotions and Perceived Risk in Mediating the Effect of Website Quality on Purchase Intention. In* Bisnis dan Pendidikan (Vol. 10, Issue 1). Jurnal Manajemen.
- Octavianus, V., Suprpto, D. W., Program, M. S., Bisnis, M., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan *Online Store Image* terhadap *Purchase Intention* melalui Risiko yang Dirasakan pada Produk *Sneakers Adidas* (Vol. 8, Issue 1).
- Probosari, N., Kusmayadi, A., Wijayani, A., Ardhanariswari, K. A., Siregar, I. R. P. S. N., & Viyani, A. O. (2022). *Relationship Between Knowledge Management with Cost Leadership and Differentiation Strategies in Sumbawa Weaving SMEs: The Moderating Role of Organizational Design. Journal of Economics and Business*, 5(3).
- Rachmawati, S. D., Andjarwati, A. L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (*The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya)*).
- Rahmi, S., Ilyas, G. B., Tamsah, H., & Munir, A. R. (2022). *Perceived Risk and Its Role in the Influence of Brand Awareness on Purchase Intention: Study of Shopee Users. Jurnal Siasat Bisnis*, 26(1), 97–109.
- Setiawan, H., Fatmala, I. A., & Julita, Y. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, Harga, Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Minat Berbelanja Online Di *Platform E-Commerce* (Studi Kasus Pada Masyarakat Milenial).
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Alfabeta.
- Umi Narimawati, & Jonathan Sarwono. (2016). Ragam Analisis dalam Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(4).
- Usman Usman, L. I. (2021). Pengaruh *Online Customer Riview*, Kepercayaan dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Niat Membeli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi terhadap Mahasiswa Pengguna *Platform Pasar Online*). Maret, 1(1).
- Yunita, D., Nazaruddin, A., & Nailis, W. (n.d.). Pengaruh *Youtube Advertising* terhadap *Brand Awareness* dan *Purchase Intention*.

Zumarna Yani, Fitri Kumalasari, & Wonua Alamsyah Randu. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan (Studi Kasus Konsumen Wardah Kolaka)

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA