

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *brand image* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(1), 39–50.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cianjur. (2026). Kabupaten Cianjur dalam angka 2026. BPS Kabupaten Cianjur.
- Bilgin, Y. (2018). The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image and brand loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hasanah, H. (2016). Teknik-teknik observasi (Sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *Jurnal At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2026). Informasi perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Optik B. Riski. (2026). Profil dan informasi Optik B. Riski. Instagram.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, R., & Massie, J. D. D. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan pada PT Air Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 729–742.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: And