

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek, Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David. A. (2014). *Managing Brand equity*, penerbit : The Free Press, New York
- Adelina, N. (2012). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Mizone di Bandung*. 1–10.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahtiar, A., & Rahardja, E. (2017). *Pengaruh Brand Equity , Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vape (Studi Padavape Store 5time)*. 6, 1–10.
- Daud, Anwar. (2014). *Analisis brand equity*. Yogyakarta. Ombak
- Fadli dan Qomariah, Inneke, 2008, “ Analisis Pengaruh Faktor-Faktor EKuitas Merek Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian di Sumatera”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Mei.
- Ferdinand, Agusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Univeritas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS*. BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Keempat”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gima, S & Emmanuel, F. (2017). Pengaruh kemasan, kewajaran, harga dan brand awarness terhdap brand loyalty (studi kasus pada wisatawan nusantara di kartika sari bandung.) *jurnal manajemen maranatha*. Volume 17, nomor 1. Pp 1-14.
- Giovanis, Apostolos N. 2014. *Gaining costumer loyalty in the e-tailing marketplace: the role of e-service quality, e-satification and trust*. *Int. J. Technology Marketing*, Vol. 9. No.3 pp 288-304.
- Haeruddin, M. I. W. (2021). *Influence of Brand Equity on Consumer ’ s Purchase Decision : A Quantitative study*. *Pinisi Discretion Review*, 4(2), 211–218.
- Hemawan, Haris. 2018. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol. 1 No. 2 Desember
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Husniati, E., Jauhari, T., Fauzia, I. N., & Nur, M. (2020). *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan) Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian*. 5(1), 204–216.

- Irwanti, I. K. A. (n.d.). *Analisis Pengaruh Brand Equity Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pond ' S Di Kota Surabaya*.
- Kotler dan Keller. (2009). “*Manajemen Pemasaran*”. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, Hermawan Kertajaya, I. S. (2010). *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, P. and G. A. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall Internasional Inc.
- Kotler, P. and K. lane K. (2012). *Marketing Manajemen* (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall Internasional Inc.
- Kotler, P. and K. lane K. (2018). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, (Jilid 15). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2019). *Marketing Management*. Pearson International Edition.
- Kuncoro, Mudrajad (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Library, O. (2014). *Metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 1(3), 630–641.
- Nigam, A., & Kaushik, R. (2012). *Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decisions: An Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana*. *IJCEM International Journal of Computational Engineering & Management*, 12(April), 2230–7893. www.IJCEM.org
- Nofriyanti, A. R., Manajemen, M., & Brawijaya, U. (n.d.). *BRAND LOYALTY TERHADAP BRAND EQUITY PENGGUNA*.
- Oetoro, S. (2012) *manajemen pemasaran*. Smart Eating, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Pradipta, Kadarisman, dan Sunarti, (2016). Pengaruh brand equity terhadap kepuasan pembelian (survey pada konsumen dan pengguna kartu perdana simpati telkomsel di lingkungan mahasiswa jurusan administrasi bisnis angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Brawijaya Malang). *Jurnal administrasi bisnis (JAB)*. 34(1), 138-147
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyatno, 2010. “*Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*”. Gaya Media, Yogyakarta.
- Qomariah Nurul, 2016. *Marketing Adactive Strategi*. Jember : Cahaya Ilmu
- Rangkuti, Freddy, 2002, *The Power of Brand*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sangadji, E.M. (2013) *perilaku konsumen : pendekatan praktis disertai : himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta : penerbit ANDI

- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leislle Lazar, 2000. *Consumer Behavior*. Seventh Edition. USA :Prentice-Hall, Inc.
- Siahaan, J.Y.N & Yuliantin (2016). Pengaruh brand awerness terhadap keputusan pembelian pada produk air di desa siunduadi. Yogyakarta. Jurnal ekonomi, 5(4)
- Siali, F., Jiayi, P., Shakur, M., & Ya'kob, S. A. (2016). *Relationship Between Brand Equity and Consumer Purchase Decision: a Case of an International Brand of Footwear*. *International Journal of Service Management and Sustainability (IJSMS)*, 1(1), 58–75.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Proftable*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2010). “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*”. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Manajemen Statistika Untuk Penelitian (Jilid 1)*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Syahrivar, J., & Ichlas, A. M. (2018). *The Impact of Electronic Word of Mouth (E-WoM) on Brand Equity of Imported Shoes: Does a Good Online Brand Equity Result in High Customers' Involvements in Purchasing Decisions? The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*, 11(1), 57–69. <https://doi.org/10.12695/ajtm.2018.11.1.5>.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Umar, Husein. 2005. “Metode Penelitian”. Jakarta : Salemba Empat
- Tjiptono, F. (2014). *Service, quality, & satisfaction*. Edisi 3, Yogyakarta : Penerbit Andi.