

## DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A., 1991. *Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York : The Free Press.

Aaker, J.L., 1997, *Dimensions of Brand Personality*. *Journal of Marketing Research*, 34 : 347–356.

Alex Prayogo Hasyim (2012) *Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Preferensi Merek dan Niat Beli Pada Pasta Gigi Close Up di Surabaya* <http://journal.wima.ac.id/>

Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3*. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007.

Aullia Rahma Prayekti (2018) *Persepsi remaja generasi z di Surabaya terhadap preferensi situs online market place bukalapak* repository.unair.ac.id.

Basu Swastha dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran*(Yogyakarta: BPFE, 2000)

Cox, Jeremy. 2015. *Consumer-Centricity : The Rules of Engagement*. Opinium Research LLP. United Kingdom : Verint system inc.

Deavaj, Fan, and Kohli. 2003. *E-Loyalty-Exclusive Ideal or Competitive Edge?Communication of the ACM*. 46, 9 (Sept. 2003), 184-191.

Ditjen PPI. 2013. *Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Kota Di Indonesia Tahun 2013*. Data & Statistik Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

<https://marketeers.com/mengapa-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-sering-diakses/>

<https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>

Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.

Fitria Mardiana (2014) *Pengaruh Kepuasan Konsumen, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Preferensi Merek* <http://repository.pelitabangsa.ac.id/>

Hellier, P.K Geursen GM, Carr R.A, Rickard, J A, 2003, "Customer Repurchase Intention, A General Structural Equation Model" *European Journal of Marketing*, Vol. 37, No.11

I Gusti Ayu Putri Anggrihita; YASA, Ni Nyoman Kerti (2013) *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Preferensi Merek dan Niat Beli Konsumen Pada Produk iPhone di Kota Denpasar* E-Jurnal Manajemen , [SI], v. 2, n. 11, November 2013. ISSN 2302-8912.

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. 1998. *Principles of marketing* (2nd european edn), New Jersey : Prentice Hall.

Kotler, Philip, 2008. *Principles of Marketing*. Prentice Hall

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga. Kotler, P., Armstrong, G., 2017. *Principles of marketing* (17th global edn), USA : Pearson Education.

Keller, Kevin Lane. 2012. *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity* (4th edn). USA : Pearson Education.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Penerjemah: Hendra Teguh, dkk. Jakarta: Prenhallindo

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.25/09/2017

Lily Purwianti, Mehdar Badrus Zaman (2017) *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Preferensi Merek, dan Harga Dengan Citra Negara Asal Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Minat Pembelian Laptop Oleh Mahasiswa Di Kota Batam*. Vol. 4, Nomor 2, Feb 2017.

Ludfi, A. 2015. *Menciptakan "Brand Feelings": Memberikan Perasaan yang "Berarti" bagi Pelanggan*. diakses 25/09/2017  
[http://www.kompasiana.com/antoniludfi/menciptakan-brand-feelings-memberikan-perasaan-yang-berarti-bagi-pelanggan\\_551b96d18133116a549de106](http://www.kompasiana.com/antoniludfi/menciptakan-brand-feelings-memberikan-perasaan-yang-berarti-bagi-pelanggan_551b96d18133116a549de106)

Mulyana, Deddy. 2007. *Majalah Inspire by BIZNET*. 2013. *Z Generation, World's Future Citizen*, VOL XI/3. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja.

Margaretha Ardhanari(2008) *Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand*  
<http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/>

Nastiti Herninda Putri, 071511533058 (2019) *Tingkat kepercayaan konsumen remaja generasi Z di Surabaya terhadap brand marketplace Lazada Indonesia* [repository.unair.ac.id](https://repository.unair.ac.id)

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Tiga Belas (Jakarta: Erlangga, 2008)

Prameswari, Gina Dwi. 2018. *Karakter Gen Z untuk Strategi Pemasaran*. diakses 25/09/2017 <https://dailysocial.id/post/karakter-gen-z-untuk-strategipemasaran>.

R.R. Donnelley & Sons Company, 2018, *Marketing to Generation Z: How Reaching Gen Z with Your Brand Message is Different than Engaging Millennials*, diakses 18/05/2018 <https://blog.rrdonnelley.com/marketing-generation-z/>

Schiffman, Leon. 1994. *Consumer Behavior*. India. New Delhi : Prentice Hall.

Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Sri Rahayu Tri Astuti (2019) *Analisis pengaruh kesadaran merek, persepsi harga, desain WEB terhadap minat beli pada pendidikan Zenius Diponegoro* Jurnal Manajemen , vol. 8, tidak. 2, hlm. 94-106, April 2019. [Online].

Sumirat, Muhammad Yogi. *Pengaruh Pemasaran Interaktif terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Distro Dloops Bandung)*. Diss. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (UNISBA), 2015.

Supranto dan Limakrisna, Nandan. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Susanto, A B dan Wijarnako, Himawan. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Ja