

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba. Empat.
- Buchory, H.A. dan Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya,
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi II. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamdan (2014). Meningkatkan Niat Pembelian pada Website PT Travelicious Indonesia. *Journal the WINNERS*. Vol. 15, No. 1, Hal 8-14. Diperoleh dari: <https://www.neliti.com/publications/27133/meningkatkan-niat-pembelian-pada-website-pt-travelicious-indonesia>.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. Edisi Kelima. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Irzandy, M.A.H., Suharyono & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada Pengguna Kartu Perdana Simpati Khusus Internet di Grapari Telkomsel Cabang Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51 No. 1, Hal. 151-158. Diperoleh dari: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2119>.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 4th Edition. USA: Pearson Education, Inc
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition*. 14 Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition. United States of America: Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- May, G., Tresnati, R. & Oktini, D.R. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Meizu Smartphone di Wilayah Bandung. *Prosiding Manajemen*, Vol. 3, No. 1. Hal 506-509. Diperoleh dari: <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/6289/pdf>.
- Neupane, R. (2015). The Effects of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention in Retail Super Market Chain UK. *International Journal Social Sciences and Management*. Vol. 2, No. 1, Hal. 9-26. DOI: <https://doi.org/10.3126/ijssm.v2i1.11814>.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Pradipta, D., Hidayat, K. & Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 34 No. 1. Hal. 138-147. Diperoleh dari: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1327>.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rofiq, Suryadi, dan Faidah, 2009. Peranan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Telepon Seluler. *The 3rd National Conference on Management Research*. Hal. 1-14. Diperoleh dari: <http://ainurrofiq.lecture.ub.ac.id/files/2012/02/MP.PERANAN-EKUITAS-MEREK-TERHADAP-LOYALITAS-PELANGGAN-PADA.pdf>
- Sari, N. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Diploma III Fakultas Ekonomi Dan bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Volume 17, Nomor 2, Hal. 53-

71. Diperoleh dari: <https://online-journal.unja.ac.id/humaniora/issue/view/424>.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business: A Skill-Building Approach*. 5th edition. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Setiadi, N.J. (2011). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Severi, E. & Ling, K.C. (2013). The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity. *Asian Social Science*, Vol. 9, No. 3. Hal. 125-137. DOI: 10.5539/ass.v9n3p125.
- Sudarsono, D.S. & Kurniawati, D. (2013). Elemen Ekuitas Merek Dalam Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 1 No.1. Hal. 18-27. Diperoleh dari: <http://portal.widyamandala.ac.id/jurnal/index.php/jrma/article/view/92/0>.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N. & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi-4. Yogyakarta: Andi Offset
- Valdo, J. & Subagio, H. (2017). Analisa Pengaruh Brand Equity Terhadap Purchase Intention Konsumen Pada Produk PC Tablet Apple Ipad di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol.4 No. 2. Hal. 1-8. Diperoleh dari: <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/5695>.