

## DAFTAR PUSTAKA

- Alinegoro, I.H., Naibaho H., Sondakh O., (2014) Pengaruh Elemen Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian (X) S.M.L di Surabaya. Jurnal GEMA AKTUALITA, Vol.3 No.1, Juni 2014. Diakses dari: <http://dspace.uphsurabaya.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/81/Pengaruh%20Elemen%20Ekuitas%20Merek%20%28X%29%20terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20Produk%20Pakaian%20%28X%29%20S.M.L%20di%20Surabaya.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Adam, M.A., Akber, S.N. (2016) *The Impact Of Brand Equity On Consumer Purchase Decision Of Cell Phones. European Journal Of Business and Inovation Research*. Vol.4, No.4, pp.60-133, agustus 2016.
- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara
- Doostar, M., Abadi M.K.I., Abadi R.K.I, (2012) *Impact Of Brand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Product with Low Mental Conflict. Journal of Basic and Applied Scientific Research*. ISSN 2090-4304. Vol.2.No.10.2012.
- Fadilah, A., (2015) *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion*. Jurnal Mix, Vol.VI, No.2, Juni 2015. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/155026-ID-pengaruh-kesadaran-merek-asosiasi-merek.pdf>
- Febriana, M. B., Yulianto, E., Sunarti. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.32 No.2. [admsintrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://admsintrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Fitri. N.R., Rini. E.S., Fawzee. B.K.S., (2018) *The Effect Of Brand Equity On Purchase Decision Laptop Toshiba In Magister Student Faculty Economic And Business USU. International Journal Of Scientific & Technology Research*. Vol.7.No.4.2018. Diakses dari <https://www.ijstr.org/final-print/apr2018/The-Effect-Of-Brand-Equity-On-Purchase-Decisions-Laptop-Toshiba-In-Magister-Students-Faculty-Economic-And-Business-Usu.pdf>
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.

Gunawardane, N. R. (2015). *Impact Of Brand Equity Towards Purchasing Decision. A Situation on Mobile Telecommunication Service of Sri Lanka. Journal of Marketing Management* Vol.3(1) June 2015.

Harjati, L., Sabu, L.O.G., (2014) *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop*. E-Jurnal WIDYA Ekonomika Vol.1.No.1.2014. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/36785-ID-pengaruh-persepsi-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-the-body-shop.pdf>

Hidayah, T.N., Rianto, S., (2016) *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kapal Api White Coffee Di Kabupaten Brebes*. Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBIMA) Vol.4,No.2,2016. Diakses dari <https://journal.peradaban.ac.id/index.php/jbm/article/view/143/137>

Hermawan, H. (2015). *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 2015.

Kartikasari,D., Arifin, Z., Hidayat, K. (2013). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publication/74110-ID-pengaruh-perilaku-konsumen-terhadap-keputusan-pembelian.pdf>

Kotler. P., Keller, K. L., (2009). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1

Malhotra, N.K., 2009, Riset Pemasaran, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta

Negara, I.R.P., Suyadi,I., Sunarti. (2016). *Asosiasi Variabel-Variabel Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek*. Diakses dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/228/392>

Nugraha, A. (2014) *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instant*. Diakses dari <http://eprints.uny.ac.id/15482/1/full%20skripsi.pdf>

Oktareza, R. (2011). *The Effect Of Brand Equity On Iphone Purchasing Decision*.

- Rafiz, F. M., Arifin, Z., Hidayat, K. (2016). *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 39 No. 2 .  
*administrationbisnis.studentjournal.ub.ac.id* . Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/87510-ID-analisis-pengaruh-perilaku-konsumen-terh.pdf>
- Rawung, D.R., Oroh, S.G., Sumarauw, J.S.B. (2015). *Analisis Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado*. Jurnal EMBA Vol.3 No.3 1298-1308. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/2789-ID-analisis-kualitas-produk-merek-dan-harga-terhadap-keputusan-pembelian-sepeda-mot.pdf>
- Riduansyah, M., Suharyono., Arifin, Z. (2016). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.41 No.1. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/87647-ID-pengaruh-kesadaran-merek-asosiasi-merek.pdf>
- Selang, C. A. D. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal 71-80. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/1521-ID-bauran-pemasaran-marketing-mix-pengaruhnya-terhadap-loyalitas-konsumen-pada-fres.pdf>
- Shah. S. M., Adeel. M., Hanif. F., Khan. M. (2016). *The Impact of Brand Equity on Purchase Intention With Moderating Role of Subjective Norms*. *Journal Of Industrial and Business Management*. Vol.4(1) 18-24. <http://www.hrpub.org>
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sunjoyo dan et.al. (2013), *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*, Bandung, Alfabeta.
- Sunjoyo dkk, 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset: Program Ibm SPSS 21*, PT. Alfabeta, Bandung.

- Sunarto (2018). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S*. Jurnal Moneter Vol.V No.1. Diakses dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/2985/2167>
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen, Edisi ke – 2*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Surachman, S.A. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang : Bayumedia Publishing
- Ubud, S., Ubud, Susan., (2016) *Strategi Kualitas Hubungan Merek, Komitmen, Kecintaan, Terhadap Loyalitas Merek Pada Restoran Waralaba*. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. VI No.3 oktober 2016. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/152457-ID-strategi-kualitas-hubungan-merek-komitme.pdf>
- Ulus. A., 2013. *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado*. Jurnal Emba.Vol1.No4. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2872>

