

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2015). *Aaker On Branding*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: spektrum (mitra utama).
- Aaker. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: spektrum (mitra utama).
- Amin, Amirudin M dan Ardyanto. (2018). The Influence Of Brand Equity On The Purchase Of Segitiga Biru Flour In Pekanbaru (Case Study On The Customers Of CV. Abadi Pekanbaru). *KURS*, Vol. 3.
- Anuang dan Korry. (2017). Pengaruh Adopsi Teknologi dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perusahaan Niluh Djelantik). *TIERS Information Technology Journal*, Vol. 3 No. 3, 25-32.
- Ari, Intan Sulistiyo, dkk. (2018, Febuari). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Angkatan 2012/2013, 2013/2014, 2014/2015, 2015/2016). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Ayuni, Desak Putu Putri dan Wijaya, Bagus Arya. (2019). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Di Pt Astra Internasional Tbk Gianyar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, Vol. 5 No. 2, 145 - 150.
- Dewi, dkk. (2021, Febuari). Pengaruh Social Media Marketing terhadap keputusan pembelian yang dimediasi E-word of Mouth pada Givanda store Denpasar. *Jurnal Emas*, Vol. 2, No. 2.
- Durianto, dkk. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 2.3*. Semarang.
- Hadi dan Hendra. (2017). Brand Equity Influence On Purchasing Decisions Smartphone Samsung (Case Studies On The Student Foundation Pelita Indonesia). *PROCURATIO*, Vol. 5 No. 3.
- Handayani, Putri. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife. *Psikoborneo*, Vol 7, No 3, Hal: 426-432.
- <http://www.oppo.com>. (2021). *Oppo*. Retrieved from <http://www.oppo.com>
- IDC. (2021, januari Rabu). *Smartphone shipments Return to Positive Growth in the Fouth Quarter Driven by Record Performance by Apple, According to IDC*. Retrieved from <http://www.idc.com/>: <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS47410621>
- Idris. (2021, Januari Minggu). *7 Provinsi dengan Jumlah Penduduk terbanyak di indonesia*. Retrieved from www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/: <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2021/01/24/090600726/7-provinsi-dengan-jumlah-penduduk-terbanyak-di-indonesia>
- J. Paul Peter & Jerry C. Olson. (2013). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*, 9. Mc Graw Hil Education.
- Kamilia, dan Djatmiko. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Lion Air Di Surabaya Tahun 2017. *e-Proceeding of Management*, Vol.5, No.1, 311.
- Keller & Kotler . (2008). *Marketing Manajemen, Edition 13*. Erlangga.
- Keller. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and anaging Brand Equity*. London: 4rd ed.

- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran 15e*. Harlow: Pearson Education.
- Kurniasari, Meatry dan Budiarmo, Agung. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 7, Nomor 1*, Hal : 25-31.
- Kurniawan, dkk. (2020, Desember). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Kabupaten Kendal). *Jurnal Ilmah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jambi Unsrat), VOL.7 NO.3*, 476-486.
- Lemeshow, dkk. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lestari, Mamik Astiwi, & Djawoto. (2018, Agustus). Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 7*.
- Narayana dan Rahanatha. (2020). Peran Brand Image memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen, Vol 4, No 2*, 1962-1982.
- Oppo. (n.d.). *Oppo*. Retrieved from <http://www.oppo.com>: <http://www.oppo.com>
- Pinassang, Andree Weinard dan Rahardjo, Susilo Toto. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Manajement, Volume 6, Nomor 4*, Halaman 1 - 12.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Pujianingrum, Fifik. (2017, April). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Provider Telkomsel Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 6*.
- Putri, Vania Dwi Alfiana, & Suasana, I Gusti Agung Ketut Gede. (2018). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Coffe (Studi Pada Konsumen Domestik Starbucks Coffee di Wilayah Bali). *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7*, Hal: 470-496.
- Riyanto, G. P. (2021). *Kompas.com*. Retrieved from Kompas.com: <http://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Srimiatun. (2017). Pengaruh Elemen Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Semen Tiga Roda Di Kabupaten Magetan. *Epicheirisi, Volume 1 Nomor 2*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi Ke-2 ed.). (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.) Bandung: ALFABETA.
- Sujana, Utari Trina, dkk. (2020). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pisang “SUNPRIDE” Di Kota Bandar Lampung. *AGRISEP, Vol. 19*, Hal: 31 – 42.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- Tjiptono & Diana. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Upadana & Pramudana. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Menejemen, Vol. 9, No. 5*.
- Wiastuti, Rachel Dyah, & Kimberlee, Sarrah. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata, 5*.

- Wibowo & Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: ALFABETA.
- Wibowo dan Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: ALFABETA.
- Yulia, dkk. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Pada Keputusan Pembelian Smartphone iPhone XS Max Di Indonesia. *JURNAL PRODUKTIVITAS*.
- Yusuf, Muhammad Reza. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Gudeg ”Yu Djum”).

