

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, N., Siddiqi, U. I., Ashraf, A., & Latif, M. (2016). *Impact of a Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L'Oreal Skincare Products. International Review of Management and Business Research, 5(3), 808.*
- Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen, 4(10).*
- Durianto, Darmadi,(2017), Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, NAMA MEREK DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia, 8(2).*
- Fadhilah, A. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-ixion. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, 5(2), 155026.*
- Fatimah, S. (2014). Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian pelembab wardah pada konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *SKETSA BISNIS, 1(2).*
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawardane, N. R. (2015). *Impact of brand equity towards purchasing desition: a situation on mobile telecommunication services of Sri Lanka. Journal of Marketing Management, 3(1), 100-117.*
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi Ketiga Belas.* Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2 Edisi Ketiga Belas.* Penerbit Erlangga.
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. (2012). *Marketing Management 14th edition.* Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Liputan 6. Com. Bisnis. (2019). Retrieved 17 Febuari 2020, from Liputan 6.com Web site: <https://www.liputan6.com>

Novansa, H., & Ali, H. (2017). *Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products)*. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, **ISSN, 2415-6256**.

Pinassang, A. W., & Rahardjo, S. T. (2017). PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK TOSHIBA DI SEMARANG. *Diponegoro Journal of Management*, **6(4), 123-134**.

Putri, M. W. P., & Wardiningsih, S. S. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas (Survei pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, **16(2)**.

Riduansyah, M., Suharyono, S., & Arifin, Z. (2016). PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK, DAN KESAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pembeli Sepatu Merek Adidas di Adidas Store Mal Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. **Vol. 41 No. 1: 163-169**

Shen, Z. (2020, January). Sales Promotions and Brand Equity: The Moderating Role of Product Type. *In 2019 3rd International Conference on Education, Economics and Management Research (ICEEMR 2019) (pp. 568-572)*. Atlantis Press.

Sudaryono. (2016) .Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI

Sugiyono.( 2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy. (2008). Stratehi Pemasaran Edisi 3. Yogyakarta: Andi

Top Brand Award (2016) : Top Brand Index 2016 Fase 1. 2016 Retrieved 20 Febuari, 2020, From Top Award Web Site : [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2016](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2016)

Top Brand Award (2017) : Top Brand Index 2017 Fase 1. 2017 Retrieved 20 Febuari, 2020, From Top Award Web Site : [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2017](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2017)

Top Brand Award (2018) : Top Brand Index 2018 Fase 1. 2018 Retrieved 20 Febuari, 2020, From Top Award Web Site : [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2018](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2018)

Top Brand Award (2019) : Top Brand Index 2019 Fase 1. 2019 Retrieved 20 Februari, 2020, From Top Award Web Site : [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2019](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2019)

Widhiarta, I. G. T. E., & Wardana, M. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian IPHONE di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 4(4).

Yanti, M. O. Z., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, dan brand image terhadap keputusan pembelian Aqua. *AQUA*, 75, 75-9.

