

DAFTAR PUSTAKA

- Afif H. Martini. (2018). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Cottage Daarul Jannah Bandung. *Journal IMAGE / Volume 7, Number 2, November, page 76-83.*
- Amir, Amirudin. Ardyanto, Arie. (2018). The Influence Of Brand Equity On The Purchase Of Segitigia Biru Flour In Pekanbaru (Case Study On The Customers Of Cv. Abadi Pekanbaru). *KURS Vol. 3 No. 2. e-ISSN 2527-8215.*
- Aria, Dinda. Dayanti, Evy. Tiwi, Rizki. Sari. Sanjaya. (2020). Pengaruh Strategi Pengembangan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Merek Pepsodent (Studi Pada Ibu Rumah Tangga). *ASSETS, Volume 10, Nomor 1, Juni: 17-28.*
- Basuki, Sugeng. Rulirianto. Kusumasasti, Ika. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent. *Seminar Nasional Administrasi Bisnis & Manajemen. ISSN: 2442-5486 Volume 6.*
- Chandra, Cindy. Keni. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis ISSN 2579-6224 (Versi Cetak). Vol. 3, No. 1: hlm 176-185 ISSN-L 2579-6232.*
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Erdiana, Sutopo. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Mobilio Di Kota Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT. Volume 4, Nomor 2, Tahun 2015, Halaman 1-15. ISSN (Online): 2337-3792.*
- Fadhilah, Arif. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion. *Jurnal MIX, Volume VI, No. 2. 188 – 205.*
- Fatimah, Siti. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *Jurnal Sketsa Bisnis Vol. 1 No. 2.*
- Ghozali, Imam. (2016). “Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)”. *Cetakan ke VIII.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hawkins, D.I., dan Mothersbaugh, D.L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 11th edition. McGraw-Hill, Irwin.
- J.Setiadi, Nugroho, (2003). “Perilaku Konsumen”. Jakarta: PT. Kencana Prenanda Media.
- Khasanah Imroatul. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang. ***Jurnal Dinamika Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro***.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusmawati. Nainggolan. Cyasmoro. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Cepat Saji Kentucky Fried Chicken Jakarta Utara. ***Jurnal EDUTURISMA, Edisi ke-6, Volume III Nomor 2, Periode Desember***.
- Maizar, Jon. (2019). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent Dikecamatan Kinali. ***Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi, Vol.8, No. 1, Hal 102– 116 ISSN : 2301-5268 / E-ISSN : 2527-9483***.
- Naeem, Muhammad. Kamran, Saeed. Aslam. (2015). Consumer’s Brand Purchase Intention in Emerging Markets Like Pakistan. ***Journal of Marketing and Consumer Research www.iiste.org ISSN 2422-8451 An International Peer-reviewed Journal Vol.15***.
- Nazirah, Ulyatul. Utami, Sorayanti. (2017). Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Niat Pembelian Dimediasi Oleh Persepsi Kualitas Produk Pada LAZADA.CO.ID. ***Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen. Vol. 2, No. 3, Agustus: 55-69***.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Peter, J Paul and Jerry C Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri Dwi andani Edisi Kesembilan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Prahasti. Raharjo. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Intervening. (Studi pada Konsumen Cokelat Delfi di Universitas Diponegoro). ***DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume7, Nomor 4, Halaman1 ISSN (Online) :2337-3792***.

- Putri, Alviana, Dwi, Vania. Suasana, Gede, Ketut, Agung, Gusti. (2018). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Coffee (Studi Pada Konsumen Domestik Starbucks Coffee di Wilayah Bali). *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 1, 2018: 470-496 ISSN : 2302-8912.*
- Riduansyah, Muhammad. Suharyono. Arifn, Zainul. (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 (JAB)/Vol. 41 No.1.*
- Riyanti. (2017). Kesan Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Zoya. *Jurnal Syarikah P-ISSN 2442-4420 e-ISSN 2528-6935 Volume 3 Nomor 2, Desember.*
- Rusmanida. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Secara Online Melalui Kepercayaan Merek Pada E-Commerce Shopee Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 5 Nomor 1 Maret. p-ISSN: 2541-6030 e-ISSN: 2621-6957.*
- Sangadji, E.M. Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai* : Himpunan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Satriawan, Aria, Kadek. Setiawan, Yudi, Putu. (2020). The Role of Purchase Intention in Mediating The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Decision. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences. Vol. 7 No. 3, May 2020, pages: 38-49.ISSN: 2395-7492.*
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Senggetang, Vania. Mandey. Moniharapon. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA Vol.7 No.1, Hal. 881 – 890. ISSN 2303-1174.*
- Shahid. Hussain. Azafar. (2017). The Impact of Brand Awareness on The consumers' Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research ISSN 2422-8451 An International Peer-reviewed Journal Vol.33.*
- sif, Muhammad, A., Kaleem, K., Muhammad, H., Sadique, & Iltaf, Hussan, (2015), "Impact of Brand Awareness and Loyalty on Brand Equity", *Journal of Marketing and Consumer Research: Vol.12.*

- Sofiani, Silfiana. Colline, Fredella. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. **JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS, VOL. 18, NO. 2.**
- Solomon, Michael. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sujarweni, Wiratna. V. (2015). *“Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi”*. Pustaka Baru Pres. Yogyakarta.
- Suliyanto. (2018). *“Metode Penelitian Bisnis”*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Prilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor. Ghalia. Indonesia.
- Widyastuti, Sri. Said, Muhammad. (2017). Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception. ***International Journal of Supply Chain Management IJSCM, ISSN: 2050-7399 (Online), 2051-3771 (Print).***