

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. (2018). 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. (2018). 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.*
- Ngaisah (2018). Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, terhadap keputusan pembelian pelembab wardah pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. *SKETSA BISNIS, 1(2).*
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawardane, N. R. (2018). *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 I 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>
- Miftahuddin, M. A., Wibowo, U. D. A., & Alfalisyo (2020). Analisis Religiusitas, Halal Brand Personality dan Norma Subyektif Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik pada Remaja di Kota Purwokerto. *AI*

Tijarah: Vol. 6 No. 3 (Special Issue) December 2020 (31-42) p-ISSN: 2460-4089 e-ISSN: 2528-2948

Novansa, H., & Ali, H. (2019). *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. (2019). 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. (2018). 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)**.

Rachmawati, S.D & Andjarwati, A.L (2020) Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. e-JEBA: Vol. 7 No. 1 Maret 2020, ISSN 2685-3523

Riduansyah, M., Suharyono, S., & Arifin, Z. (2018). 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

Sudaryono. 2018 .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

Widhiarta, I. G. T. E., & Wardana, M. (2018). 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.

Top Brand Award 2018 : Top Brand Index Fase 1. 2018 Retrieved 20 Februari 2020, From Top Award Web Site : https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2018

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