

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek, Terjemahan*. Mitra Utama.
- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amani, S. Z. (2022). *Mediating Effect Of Brand Equity On Consumer Iphone Purchase Decision In Jakarta, Indonesia*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Andjarwati, A. L., & Chusniartiningsih, E. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Teh Pucuk Harum Wilayah Surabaya Utara). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(2), 1
89. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.6736>
- Callizta, K., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Apple the Influence of Brand Equity on Apple Iphone Purchase. *E-Proceeding of Management* :, 7(2), 6204–6211.
- Chandra, C., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506>
- Dahmiri, H. H. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 9(1).
- Dewi, N., Pradnyani, A., Ayu, G., & Pramitari, A. (2019). Fasilitas Online Trading dan Modal Minimal Investasi pada Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(1), 168. <https://doi.org/AkreditasiNo.14/E/KPT/2019>
- Durianto, D., & Sugiarto, S. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan. Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Faisal, M., & S, F. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Produk OPPO Smartphone Di Jaya Ponsel Payakumbuh. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 2(2), 296–312. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.58192/profit.v2i2.756>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan. Strategy*. Qiara Media.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Gima, S., & Emmanuel, F. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1–14.
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang). *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 115–121. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i2.2313>
- Heri Susanto, W. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk iPhone di Kota Surabaya. *ETNIK: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 1(10), 682–690. <https://doi.org/https://doi.org/10.54543/etnik.v1i10.111>
- Hidayat, A. (2012). *Tutorial Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan SPSS*. Statiskian. <https://www.statistikian.com/2012/09/uji-normalitas-dengankolmogorov-smirnov-spss.html%0D>
- https://id.wikipedia.org/wiki/Jeruklegi,_Cilacap
- <https://www.topbrand-award.com/>
- Irwansyah dkk. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management: 4th European Edition (4th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1*. PT Indeks.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). the Effect of Brand Awareness, Brand Image and Word of Mouth on Brand Trust and Establishment of Brand Loyalty in C'Bezt Friedchiken Customers, Sub District Genteng, Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282.

- Paramita. (2018). *Sistem Akuntansi Pembayaran Premi Asuransi Jiwa pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Kantor Cabang Jakarta Timur*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22 (Christianingrum (ed.); 1st ed.)*. Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Pianda, D. (2018). *Kinerja Guru: Kompetensi Guru, Motivasi Kerja dan. Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jejak Publisher.
- Pradipta, Dicho., Kadarisman., Sunarti, H. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATI Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 34(1), 141.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Putra, I. P. A., Sadiattha, A. A. N., & Oktarini, L. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi di CV. Hydealson Win Putra Abadi Denpasar). *Widya Amrita*, 1(4), 1189–1198.
- Raharjo, S. (2019). *Tutorial Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser SPSS*. SPSS Indonesia.
- Ramadhan, T. A., Yusuf Putra Nugraha, F., Navi Cahyati, F., Luwinda, S., Dian Rahmayanti, E., & Desma Rahadhini, M. (2023). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Solo. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 229–237. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1178>
- Rukmawan, M. R., & Sisilia, K. (2019). *Pengaruh Brand Awareness , Brand Association , Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Di Distribution Store Unkl347 Bandung) The Influence Of Brand Awareness , Brand Association , Perceived Quality And Brand Loyal (Vol. 6, Issue 1)*.
- Sahir, Syafrida Hafni, D. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Yayasan Kita.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L., L. (2018). *Perilaku Konsumen, Edisi 7*. Indeks.
- Siahaan, H. D., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung). *EProceeding of Management*, 3(1), 497–505.
- Sucahyo, Y. A. (2017). Pengaruh Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Pada Brand Happy Baby. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(5), 601–610.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset.
- Suryani, N. I., & Dkk. (2021). pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME : Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Cv. Andi.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Wulandari, G. N., & Wulandari, N. L. A. A. (2023). Pengaruh Brand Awareness , Brand Perceived Quality , Brand Associations , Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple Pada Konsumen Di Kota Denpasar. *Widya Amirta : Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(1), 130–136.
- Yohana, I., Yulasmu, & Lusiana. (2022). Brand Awareness, Perceived Quality, Celebrity Endorser dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 7(3), 446–451. <https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v7i3.195>
- Yuwono, M., & Indrayanto, G. (2018). *Validation of Chromatographic Method of Analysis*. Elsevier.