

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, N., Ain, Q. U., Siddiqi, U. I., Ashraf, A., dan 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).
- Dewi, E. N. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Alih Program di Universitas Widyatama Bandung *Skripsi*. Fakultas Bisnis dan Manajemen. Universitas Widyatama. Jakarta.
- Dharmesta. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Penerbit Liberty. Jakarta.
- Fouladivanda, F., M. A. Pashandi, A. Hooman dan Z. Khanmohammadi. 2013. The effect of Brand Equity on Consumer Buying Behavior in term of FMCG in Iran, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 4(9).
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS*. Edisi II. Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gobel, A. 2012. Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Di Makassar. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Gujarati, D. 2011. *Ekonometrika Dasar*. McGrawhill. New York.
- Hartini, S. 2012. Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. 14 (1).
- Hurriyati, R. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta. Jakarta.
- Kocoglu, C., Tengilimoglu., Ekiyor, A., dan Guzel, A. 2015. The Effects of Brand Loyalty on the Consumer Buying Behaviors: The Example of Perfume in the Province Of Ankara. *International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS)*. 3 (5).
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Marketing Management (13th ed)*. Upper Saddle River. New Jersey.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13. Prenhallindo. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Kurniawan, Y. 2010. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (Studi Pada Konsumen

- Minuman Isotonik Fatigon Hydro Di Purwokerto). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Lukman, M. D. 2014. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 10 (1).
- Mangkunegara. A A. P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Marisi, R. A. dan Marhayanie. 2012. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap eputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pemilik Mobil Toyota Di Kota Medan). *Jurnal Publikasi Ilmiah*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Nigam, A. 2011. Impact of Brand Equity on Customer Purchase decision : an Empirical Investigation With Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana. *International Journal of Computational Engineering & Management*. 12 (1).
- Rahendy, A. dan Djawoto. 2014. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung Android. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 3 (4).
- Sudomo, S. 2013. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pepsodent di Kabupaten Bantul). *JBMA*. 1. (2).
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Statistika Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2009. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sunarto, 2008, *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- Swastha, B.. 2009. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. 14(3).
- \_\_\_\_\_. dan Irawan. 2009. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. PT Liberty. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2009. *Brand Management and Strategy*. Andi Offset. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta
- Wahjuni, A. S. dan I. G. Cahyadi. 2007. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Majalah Ekonomi*. Tahun XVII. No.2 Agustus 2007.
- Widhiarta, I. G. T. E. dan I. M. Wirdana. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4 (4).
- Wijanarko, A. dan Suwitho. 2014. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 3. (6).

- Wiranda, N. dan A. Yuniarinto. 2013. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Merek Samsung Galaxy Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Publikasi Karya Ilmiah*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Zen, D. K. M. 2012. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

