

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker., dan A. David. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi 8. Salemba Empat. Jakarta.
- Aaker, D. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi 8. Salemba Empat. Jakarta.
- Abdillah., dan Jogiyanto. 2011. *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis (Buku)*. Andi. Yogyakarta.
- Abdillah, M., D. Kamener., dan Z. Rosha. 2014. Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Universitas Bung Hatta Padang*
- Agustini, N.E. 2020. Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada gerai Starbucks di Bali. *Jurnal Udayana Bali* 25(1): 1-19.
- Agnelia, R.A., dan A. Wardhana. 2016. Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship* 10 (2).
- Alinegoro., I. Hartono., H. Naibaho., dan O. Sondakh. 2014. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek (*Brand Equity*) terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian (X) S.M.L di Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita* 3(1): 32 – 43
- Astuti, S., dan I.G. Cahyadi. 2007. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Majalah Ekonomi* 2.
- Aprilia, E.D., K. Fadhli., dan I.A. Putra. 2021. Pengaruh Ekuitas Merek dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang produk minyak goreng pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16(2): 96-104
- A.Rahayu., dan G. Anggarini. 2009. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Strategic* 8 (16).
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fadhli, K dan E.D. Aprilia. Pengaruh Ekuitas Merek dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang produk minyak goreng pada masa COVID-19. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16 (2)

- Gitosudarmo, I. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua. BPFE. Yogyakarta
- Gunarsih, C.M., J.A.F. Kalangi., dan L.F. Tamengkel. 2021. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Jurnal Administrasi Bisnis* 2(1).
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Khasanah, I. 2013. Analisis pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian mie instan sedaap di Semarang. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)* 4(1).
- Larika, W., dan S. Ekowati. 2020. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis* 1(1).
- Lestari, M.A. 2018. Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(8).
- Rahardjo, S.T., dan A.W. Pinassang. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian laptop merek Toshiba di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management* 6(4): 1-12.
- Pujianingrum, F. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian provider Telkomsel pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(4).
- Rahayu, S. 2021. Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia PSDKU Baturaja). *Universitas Baturaja* 20(1).

- Setiadi, N. 2021. Pengaruh Inovasi, Citra merek, dan Harga terhadap Keputusan pembelian *SmartPhone* Xiaomi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Susanto, J.J. 2019. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dimediasi oleh Minat Beli pada *SmartPhone* merek Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Brawijaya* 1-19.
- Tresna, P.W. 2021. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi *Shopee*. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan* 6(1): 1-9.
- Tulanggow, S.G., T.M. Tumbel., dan O. Walingitan. 2019. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. *Shopee International Indonesia* Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 9(3).
- Umartenate, M.M.I. 2014. Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi terhadap Keputusan Pembelian sepatu futsal Nike di toko Akbar ali sport Manado. *Jurnal EMBA* 2(2).

