

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriany, V. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan Dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa GO-JEK Melalui Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Agusli, D., dan Kunto, Y. S. 2013. "Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol 1.(No 2), hal1-8.
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Andriadi, A., dan Untarini, N. 2013. "Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Citra Merek Telkom Flexi Terhadap Niat Beli Ulang". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 1.No 2, hal 639-649
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Bugin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Edisi Pertama, Cetakan Ke-5.
- Chendy Christy, Tigor Sitorus, J. I. (2019). *The Effect Of Service Quality And Website Quality Of Zalora.Com On Purchase Decision As Mediated By Purchase Intention The Effect Of Service Quality And Website Quality Of Zalora.Com On Purchase Decision As Mediated By Purchase Intention*. 20(169), 87–92.
- Hary Gunawan Senjaya. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Masakan Jepang di Hayashi Teppan Food Court BEC, *Jurnal Manajemen*, Volume 1. No 2.
- Hesti Widiastuti. 2014. *Physical Evidence and Price to Purchase Decision*,

- International Journal of Economics and Business, Volume 3. No 7.
- Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi Kedua. Rajawali Pers. Jakarta.
- Jie Sheng Mang, Rozlin Zainal, I. S. M. R. (2018). *Influence Of Location On Home Buyers' Purchase Decision Influence Of Location On HomeBuyers ' Purchase Decision*. 020078 (September), 78.
- Khatib Fahed. 2016. *The Impact of Social Media Characteristic on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Asser Region, International Journal of Business and Social Science*, Volume 7. Issue 4.
- Kotler dan Armstrong, Yudhi. 2008, "Kualiatas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio", Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3, Juni
- Kotler, Philip and Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ke Dua Belas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. 2008. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Edisi 11. Jakarta: PT Indeks.
- Lukman, M. D. 2014. "Analisi Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak". Jurnal Admisistrasi Bisnis. Vol10.(No.1), hal64- 81
- Malau, Harman. 2017. Manajememn Pemasaran. CV Alfabeta. Bandung.
- Pramudana, A. K. H. A. S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Pt . Banyumas Denpasar Ardhian Khairul Hakim ; Komang Agus Satria Pramudana. 27–28.
- Putri Mawar Padmawati. 2016. Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 2. No 6.
- Rahayu, E. (2018). Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. 4307 (February), 7–12.

- Runtuwene, I. K. (2015). "Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Yamaha Mio-J di Kota Tomohon". *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol 3.(No.3), hal 47-50.
- Sudarsono, D. S. dan Kurniawati, D. 2013. "Elemen Ekuitas Merek Dalam Keputusan Pembelian Laptop". *Jurnal Riset Manajemen dan Akutansi*. Vol 1.(No.1), hal 18-27.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- (Siali et al., 2016) Siali, F., Jiayi, P., Shakur, M., & Ya'kob, S. A. (2016). Relationship Between Brand Equity and Consumer Purchase Decision: a Case of an International Brand of Footwear. *International Journal of Service Management and Sustainability (IJSMS)*, 1(1), 58–75.
- Miremadi, A., & Ghanadiof, O. (2021). *The Ultimate Influences of Brand Equity Dimensions on Consumer Decision in Hi-Tech Market*. *Academic Journal of Research and Scientific Publishing*. doi. org/10.52132/Ajrsp. e.
- Wahyuni, S., & Praninta, A. (2021). *The influence of brand equity and service quality on purchase decisions on Garuda Indonesia airline services*. *Research Horizon*, 1(1), 28-38.
- Elseidi, R. I., & El-Baz, D. (2016). *Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt*. *The Business & Management Review*, 7(5), 268
- Ivana, V., Sari, A., & Thio, S. (2014). Electronic Word-of-mouth (E-wom) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(2), 218-230.
- Saleem, A., & Ellahi, A. (2017). *Influence of electronic word of mouth on purchase intention of fashion products in social networking websites*. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences(PJCSS)*, 11(2), 597-622.