

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). Brand equity. La gestione del valore della marca, 347, 356.
- Aaker, David A. Manajemen Pemasaran Strategis. 2013. Jakarta : Salemba Empat
- Abdillah, W, Hartono J, (2009) Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM. Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Afandi, P. (2014). Brand Association Pada Suatu Produk. *Among Makarti*, 6(2).
- Akhtar, Naeem; Ain; Siddiqi; Ashraf; Latif, 2016 “Impact of Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L’Oreal Skincare Products”, *International Review of Management Business Research*, Vol. 5, Issue: 3.
- Anoraga, B. J., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian smartphome merek Samsung Galaxy. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 139-147.
- Anwar, S.K., Kusumawati, A., & Sanawiri, B. (2018). Influence of Brand Awareness and Product Attribute Toward Purchase Decision (Study on the Undergraduate Students of Administrative Science Faculty of 2014 Batch as Samsung Smartphone Consumers and Users Customer). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 5(1), 214-221.
- Arianty, N., & Andira, A., (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50
- Astuti, S. W., & Cahyadi, I. (2007). Gde. 2007. “. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda.” *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, 2.
- Brochado, Ana; Oliveira, 2017 “Brand Equity in the Portugese Vinho Verde “Green Wine” Market”, *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 30, Issue: 1, pp.2-18.
- Fatimah, S. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelembab Wardah Pada Konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 1(2), 52-70
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan minat beli merek ekstensi. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Gibson. 2001. Organisasi Perilaku-Struktur-Proses, Terjemahan Agus Dharma. Edisi 5. Jakarta: Penerbit Erlangga Haryanto, Danny. 2014. Pengaruh Komitmen Organisasional dan Kepuasan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5, 9.

- Hellier, P. K., G. M. Geursen, R. A. Carr., and J. A. Rickard. (2003). Customer Repurchase Intention: A general structural equation model, *European Journal of Marketing*, 37, (11/12): 1762-1800.
- Herdioko, J., & Karisma, C. V. (2021). Pengaruh Media Sosial, Brand Influencer Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19.
- Hermawan, D. A. (2012). Pengaruh debt to equity ratio, earning per share dan net profit margin terhadap return saham. *Management Analysis Journal*, 1(1)
- Hudiono, R. (2022). Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image Dan Perceived Quality Pada Brand Equity Di Labuan Bajo.
- Jamiat, N., Hidayat, A. M., Pradana, M., & Bastio, B. S. (2020). The Influence Of Brand Image On The Decision Of Buying Converse Shoes In Students In Bandung City, Indonesia. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)*, 11(12), 438-445.
- Jin Su; Chang, 2017 “Factors Affecting College Students’ Brand Loyalty Towards Fast Fashion: A Consumer Based Brand Equity Approach”, *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Khasanah, I. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen (JDM)*, 4(1), 93-102.
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*, 9(2), 203-208.
- Kotler, P., and Keller L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Airlangga.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. A., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru.
- Marsindi, A., & Sutopo. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Pada UD. Cindy Semarang.
- Muzaqqi, A., Fauzi, A., & Suyadi, I. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Sari Apel SIIPLAH di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 31(1), 26–34
- Nurhayati, & Murti, W.W. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk handphone. *Jurnal of Value added – manajemen Unimus*, 8(2), 47-62.
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y., D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quaity, & Brand Loyalty*.

- Pawestri, R., & Suji'ah. (2023). Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik VIVA Di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Pintubatu, C., & Saputri, M, E., (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia.
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (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 (JAB)*, 34(1), 138-147.
- Prajapati, M.C. & Makwana, A.K.. (2017). Impact of Brand Equity On Consumer Purchase Decision Of Dairy Product. *Internasional Journal Of Business Quantitative Economic and Management Research*, 4(1), 115-121.
- Pratiwi, A., U. & Chan, S. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Shopping Experience Terhadap Repurchase Intention Yang Dimediasi Oleh Trust (Studi Kasus Pada Online Marketplace).
- Prayudi, D. (2020). Pengaruh co-branding terhadap brand equity dan niat beli konsumen pada es krim Wall's Cornetto Silverqueen.
- Prihani, & Manurung, H. P. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Piring Sunlight (Studi Pada Warga Desa Danau Sijabut). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 21–31
- Pujianingrum, F. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Provider Telkomsel pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(4), 1-16.
- Purwaningwulan, M. M., Suryana, A., Wahyudin, U., & Dida, S. (2019). The existence of social media as a promotional media in the Hijab image revolution in Indonesia. *Library Philosophy and Practice*, 2019, 1-16.
- Ramadani, A., G., & Rachmawati E. (2022). The Influence of Brand Awareness, Brand Association, Brand Image, and Word of Mouth on Samsung Smartphone Purchase Decisions.
- Ramadhani, S., W., V., Prabawani, B., & Purbawati, D., L. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk NIKE Basketball Shoes.
- Rangkuti, F. (2002). *Creating effective marketing plan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, M. (2016). Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Kolam Renang Mutiara Waterpark Perumnas Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 469-478.

- Saijunus, M., & Herawati, S. (2022). Pengaruh Brand Association Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Brand Trust Pengguna Gopay Di Kabupaten Bandung Barat (The Effect of Brand Association on Brand Loyalty mediated by Brand Trust of GoPay Users in West Bandung Distric).
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil TOYOTA CALYA Di Makasar.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang.
- Sriwendiah, S., & Ningsih, W. (2022). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy (Survei Pada Konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta)
- Sudomo, S. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pepsodent di Kabupaten Bantul). *JBMA*, 1(2), 33-48.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. CV. ALFABET
- Supangkat, A., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140-149.
- Triaji, B., (2022). Pengaruh faktor-faktor brand equity terhadap brand trust produk AMDK merek aqua (studi pada pelanggan di Kabupaten Lombok Timur). *JMM UNRAM*, 11(2), 105119.
- Upadana, M., W., K., & Pramudana, K., A., S., (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.
- Ustaha, M., N., & Noor, S. (2023). Ekuitas Merek Ditinjau Dari Brand Awareness, Brand Association, Dan Perceived Quality.