

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A., (2023). Persepektif Metode Penelitian Kuantitatif. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Padang. Get Press Indonesia. <https://www.researchgate.net/publication/377329440>
- Aini, L. Q., & Nurhadi. (2025). Analisis Komparasi Brand Equity Chatime Dan Haus! Di Kota Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Kelompok Usia. *Kajian Ekonomi & Bisnis Indonesia*, 6(3), 640–659. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i3.5770>
- Azizah, N., & Chalimatusadiah. (2025). Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 6637–6643.
- Baihaqqi, I., & Farida, S. N. (2021). Analisis komparasi brand equity produk smartphone merek Oppo dan Xiaomi. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 12(1), 170–178. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i1.102>
- Gaus, F. M., & Prasetyo, A. (2021). Analisis Perbandingan Brand Equity Jual Beli Online Pada Aplikasi Tokopedia Dan Shopee Di Kota Bandung. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 13(2), 150–162. <http://permana.upstegal.ac.id/index.php/permana>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Analisis regresi dan analisis jalur untuk riset bisnis menggunakan SPSS 29.0 & SmartPLS 4.0. Purbalingga. Eureka Media Aksara.
- Kohar, A. (2024). Memahami Digital Marketing. *Digital marketing (Era Revolusi Industri 4.0)*. Klaten. Lakeisha.
- Kurniawan, A., Sumowo, S., & S., I. P. (2022). Analisis Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, 20(2). 349-360.
- Lesamana, N. (2022). Marketing Dan Pentingnya Dalam Dunia Bisnis. *Manajemen pemasaran*. Batam. Strategy Cita Semesta.
- Lidia. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 205–212. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10519919>
- Mashuri, A. (2023). *Statistika parametrik dasar (uji hubungan, uji perbedaan, dan aplikasinya menggunakan JASP)*. Malang. Inara Publisher.

- Mayliani, A., & Trihudiyatmanto, M. (2024). Analisis Dimensi Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Susu Kemasan Bear Brand. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 4(5), 103–117.
- Muin, A. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Malang. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Nardo, R. (2024). Konsep Dasar Merek. *Branding strategy di era digital*. Purbalingga. Eureka Media Aksara. <https://www.researchgate.net/publication/379311944>
- Nugroho, N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy A10s. *Ekbis: Analisis, Prediksi, dan Informasi*, 22(2). 223-249. <https://doi.org/10.30736/je.v22i2.844>
- Nurhaswinda, Muslimah, N., Yuliani, C. E., Putri, R. A., Mayura, V., Rahmadhansyah, A., Selvira, D., Nurrahman, H., Qadri, R., Bramantyo, D., & Rifaldi, A. (2026). Uji normalitas dan homogenitas dalam analisis statistik. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 12(1). 98-105. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v12i01.11233>
- Nuryana, W. S., & Andarini, S. (2024). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Antara Marketplace Shopee Dan Tokopedia Di Kota Sidoarjo. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 7323–7333.
- Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty. *JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)*, 2(4). 471-484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., Riza, C., & Sulistyan, R. B. S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen. Lumajang. Widya Gama Press.
- Purnama, G. P., Zaid, S., Nur, N., & Ittaqullah, N. (2025). Analisis Perbandingan Brand Equity Produk Indomie Dengan Mie Sedaap. *Jurnal Homanis: Halu Oleo Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 30–46.
- Putri, D. E. (2021). Pendahuluan Dan Konsep Dasar Merek. *Brand marketing*. Bandung. Widina Bhakti Persada Bandung.

- Putri, R., Savitri, V., Kamila, N., & Djuanda, G. (2025). Peran Literasi Keuangan Dalam Mitigasi Risiko Investasi Pada Franchise Mixue, Ai-Cha, Dan Momoyo. Sukabumi. Tahta Media Group.
- Putri, S. A., Shalsyabila, M., Bhayangkara, A., & Nofrida, F. A. (2023). Analisis Manajemen Strategi: Perbandingan Manajemen Strategi Antara PT Zhisheng Pacific Trading (Mixue Indonesia) Dan PT Junyi Jaya Indonesia (Momoyo). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3). 28188-28194.
- Rachmat, Z. (2023). Konsep Pemasaran Digital Dalam E-Commerce. *Digital marketing dan e-commerce*. Padang. PT Global Eksekutif Teknologi. <https://www.researchgate.net/publication/387275452>
- Ritonga, W. (2020). Pemasaran. Jakarta. PT Muara Karya.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. Sleman. Deepublish.
- Samsudin, A., Hidayat, R., Manurung, Z. M., Ayu, A. W., Prameswari, M. A., & Restiatin, R. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Emas. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 626–631. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i3.2847>
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E. L., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen pemasaran*. Sukabumi. Penerbit Samudra Biru.
- Sitorus, S. A. (2022). Customer Based Brand Equity (CBBE). *Brand marketing: The art of branding*. Bandung. CV Media Sains Indonesia.
- Suciawan, C. C., & Melinda, T. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Niat Beli Konsumen Baticue. *Performa*, 7(4). 408-417. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i4.2009>
- Tasmirah, I. R. A. N., & Gunawan, E. (2024). Tinjauan Pelaksanaan Rekam Medis Elektronik Guuna Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Rsud Bandung Kiwari. *Prepotif : Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8(3), 4832 – 4839. <https://doi.org/10.31004/prepotif.v8i3.33690>
- Wardhana, A. (2024). Brand management in the digital era – edisi Indonesia. Purbalingga. Eureka Media Aksara. <https://www.researchgate.net/publication/383870020>
- Yonatan, A. Z. (2024). 5 Negara Yang Merajai Pasar Minuman Teh Di Asia Tenggara, Ada Indonesia?. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/5->

negara-yang-merajai-pasar-minuman-teh-di-asia-tenggara-ada-indonesia-
NUVUa

Zebua, S., & Sriyanto, A. (2025). Pengaruh Brand Association, Brand Awareness, Dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 3(3), 172–192. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v3i3.5530>

Zulfikar, R..(2024). Teknik Analisis Data. *Metode penelitian kuantitatif (teori, metode dan praktik)*. Bandung, Widina Media Utama