

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Malang: Ae Publishing.
- Agustina, Shinta. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Aleiyya, Ihda La dkk 2014. Pengaruh Inovasi Produk Baru, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pc Tablet Apple Ipad (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Ipad Di Fisip Undip Semarang). *Journal Of Social And Politic*. hal. 1-8
- Anggraini, L. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Kedaung Medan Industrial Tanjung Morawa (Doctoral dissertation, UMN AL-WASHLIYAH 48 FE MAN 2021).
- Anwar, M. (2019). *Dasar-dasar manajemen keuangan perusahaan*. Jakarta: Prenada Media.
- Arisandi, D. A., & Wibowo, T. S. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek Dan *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lazizaa Chicken And Pizza. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 92-99.
- Azalaudin. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Kedaung Medan. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*. Volume 5(2). Universitas Amir Hamzah.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Elbadiansyah, H. (2023). *Pengantar Manajemen*. Sleman: Deepublish.
- Febrian, A., dan Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, e-ISSN : 2548-2149 Volume 13(3), 254. Universitas Airlangga.
- Harahap, Dedy Ansari (2018). *Pengantar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Harahap, L. H., Fikri, M. H., Hadian, A., & Darwis, A. (2022). Pengaruh Harga, Inovasi Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aroma Bakery SM Raja Medan Amplas. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(3), 351-359.

- Hasibuan, Malayu S.P, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara
- Indra, I.M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara mudah memahami metodologi penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Islami, M. M. (2022). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Toyota. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 76-83.
- Julyanthry, J., Siagian, V., Asmeati, A., Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A. P., ... & Syukriah M, E. A. (2020). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Khodilah, Nur dan Arifiyanto, Muhammad. 2020. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berbasis Halal*. Pekalongan: Penerbit NEM
- Kotler, 2013. *Strategic Brand Management*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kumalasari, P dan Sugiarto, Y. 2013. Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap *Brand Equity* dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Product Placement Mie Instan Indomie di dalam Film 5 cm). Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Diakses tanggal 27-02-2024.
- Linawati, L., & Sofiati, S. (2021). Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Produk Elektronik Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16(1).
- Maharani, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio M3 125 Bluecore (Studi Di Dealer Yamaha Surabaya Selatan). *Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*.
- Nasution, A. M. U., & Tarigan, D. S. (2019). Pengaruh *Brand Equity* dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di PT. Indako Trading Coy Kotamadya Medan.
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta

- Priansa, Juni Doni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyastama, Romie. 2017. *Buku Sakti Kuasai SPSS Pegolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Putra, A. F. (2014). Pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, loyalitas merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Raharja, C. L. M., & Aksari, N. M. A. (2019). *Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dalam Membangun Ekuitas Merek* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sari, F. A. P. W., & Farida, N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Umkm Kuningan Juwana Kabupaten Pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 345-352.
- Shopee. (2024). Daftar Merek Produk Basreng Terlaris di Shopee 2024. Diambil pada 16/05/24 dari <https://shopee.co.id>
- Simamora, Kusmiyati, 2017. Pengaruh Desain Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Botol Sosro. *Journal.uta45jakarta* Vol 20
- Stanton, William J. (2015). *Analisis Perilaku Konsumen*, alih bahasa : Yohanes Lamarto. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sujarweni, Viratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Paper Plane.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta

- Sugiyono, (2020). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Edisi Kedua*. Bandung: Alfabeta
- Suprihanto, John. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sya'idah, E. H. (2020). Pengaruh *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 5(3), 204-216.
- Tamamudin (2012). "Analisis Pengaruh Pengenalan Merk Persepsi, Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Produk Batik Sutra Halus Merk Tamina)". *Jurnal STAIN Pekalongan*.
- Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough. 2014. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Undang-Undang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Nomor 18 Tahun 2002, LN. 2002/84; TLN NO. 4219. (2002). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/44542/uu-no-18-tahun-2002>
- Widayat, E. W., & Yuniarsih, D. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. *Jurnal GICI Keuangan dan Bisnis*, 14(1).
- Yaya Ruyatnasih, S. E., & Megawati, L. (2018). *Pengantar Manajemen: Teori, Fungsi dan Kasus*. Bantul: Absolute Media.