

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2005. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The free Pass. New York(<http://www.books.google.com/> 2012/09/18/20.03)
- Aaker, A. D. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek* (1st ed.). Jakarta: Mitra Utama.
- Alfionita, C. M., Suharyono, S., & Yulianto, E. 2016. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian* (Survei pada pembeli Oppo smartphone di counter handphone MATOS) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Amanah, D., & Harahap, D. A. 2018. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan*. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 11(3), 207.
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. *Kinerja*, 13(2), 99-118.
- Andriano, A., Arman, A., Azhari, A., & Putra, R. 2022. *The Effect of Product Quality, Price and Distribution on the Purchase Decision of Aviator Brand Bike (Survey of bike shops in Bangkinang City)*. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(1), 119-129.
- Anggraini, O. E., Yulifa, W. R., & Santoso, A. P. A. 2020. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Produk Dalam Hukum Bisnis*. Prosiding HUBISINTEK, 1, 161-161. (bab 2)
- Andriano, A., Arman, A., Azhari, A., & Putra, R. 2022. *The Effect Of Product Quality, Price And Distribution On The Purchase Decision Of Aviator Brand Bike (Survey of Bike Shops in Bangkinang City)*. *INDONESIAN MANAGEMENT RESEARCH JOURNAL*, 4(1), 114-123.
- Anugrah, B. M., Komarudin, Y. T. S., & Silvana, H. 2014. *Efektivitas Koordinasi Kepala Perpustakaan Dalam Pelaksanaan Program Bimbingan Pemustaka Pada SMA Pasundan 3 Bandung*. *EduLibInfo*, 1(2).
- Anwar, S., & Mujito, M. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189-202.
- Arbain, A. 2021. *Analisis Fungsi Manajemen Pada pemberdayaan Kewirausahaan di Pondok Pesantren Istiqomah Al-Amin Cintamulya Lampung Selatan* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Darmawan, I. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.

- Diansyah, D., & Putera, R. M. 2017. *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian*. Media Ekonomi Dan Manajemen, 32(2).
- Durianto, Darmadi; Sugiarto dan Lie Joko Budiman. 2014. *Brand EquityTen: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ekasari, R. 2018. *Pengaruh Lokasi, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kebun Coklat Café & Resto Di Balongbendo Kab. Sidoarjo*. Ecopreneur. 12, 1(1), 25-29.
- Firdaus, F. M. 2019. *Analisis Budaya Organisasi (Pada Lembaga Kemahasiswaan Universitas Widyatama Bandung.)*
- Foster, B. 2016. "Jurnal Dampak Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral "Amidis.
- Hadi, P. H. S., & Sulistiadi, W. 2023. *Analisis Komunikasi Pemasaran Sebagai Upaya Mencapai Tujuan Pemasaran Rumah Sakit: Literatur Review*. Jurnal Cahaya Mandalika, 3(2), 534-543.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. 2019. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. deepublish.
- Hendarsyah, D. 2019. *E-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0*. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 8(2), 171-184.
- Insani, A. P. S. D. 2021 *Manajemen Sumber Daya Insani Bank Syariah. Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia*, 168.
- Kaila, M. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Merek Oppo*. Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 1(1), 6-16.
- Keller, 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2014. *Principles of Marketing : Global Edition*. 15th Edition. England: Pearson.
- Kotler, P. dan Keller, K. 2016. *Marketing Management 15 Global Edition*. United States of America: Pearson Education Limited.
- Kottler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Manajemen*. Edisi keempatbelas. Prentice-Hall Published. New Jersey
- Kurniawan, N. 2022. *Pengaruh Brand Equity, Price, dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty pada Penggunaan Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa STIE Indonesia Jakarta) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta)*.
- Lestari, N. T., & Sirine, H. 2019. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Gojek Indonesia Cabang Yogyakarta*. Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 9(1), 1-8.

- Lestari, D. Y. 2013. *Tinjauan Penilaian Kinerja Karyawan pada Rumah Makan Saung Kabayan* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Mahesya, D. E. 2015. *Tinjauan Pelayanan Purna Jual Pada Bagian Service di AUTO 2000 Cabang Suci Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Mardiasih, T. S. 2020. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Martania, D. 2022. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pigeon Teens Skin Care Pada PT. Tiga Sepakat Mandiri*. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 2(4), 233-239.
- Musfar Tengku Firli, “*Manajemen Pemasaran*”, Bandung CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Nurcholiah, B. U. 2018. *Manajemen Kelas Guru Pendidikan Agama Islam untuk Meningkatkan Efektifitas Belajar Siswa* (Studi Kasus Kelas X di SMAN 1 Pace Kabupaten Nganjuk Tahun Ajaran 2017/2018) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Permatasari, V. A., Astuti, W. T., & Liestyana, Y. 2022. *Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi Pengaruh Ekuitas Merek dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 6578-6592.
- Putra, J. P., & Hadya, R. (2021). *Pengaruh Marketing Mix dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kopi Pada Kafe Kopi Seduh Padang*. *Matua Jurnal*, 3(3), 459-472.
- Putra, P. A. W., & Seminari, N. K. 2014. *Pengaruh fitur, layanan pelengkap dan garansi terhadap keputusan pembelian handphone* (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar) (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Riantono, I. E. 2014. *Pengelolaan manajemen modern dalam mewujudkan good corporate governance: Optimalisasi pencapaian tujuan perusahaan*. *Binus Business Review*, 5(1), 315-322.
- Rizani, C. W., Hinggo, H. T., & Zaki, H. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru*. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 366-376.
- Sari, N. 2015. *Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy* (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 17(2), 43498.

- Setiyana, Y., & Widyasari, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario* (Studi Pada Dealer Cm Jaya Kota Rembang).
- Selang, Christian. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA 71 1(3).
- Siahaan, E. 2022. *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen Makanan Blackmores*.
- Sisviangga, A. D. 2013. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry* (Studi pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 1(3).
- Sucahyo, Y. A. *Pengaruh Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awaeness, dan Brand Image Terhadap Brand Equity pada Breand Happy babby*.
- Susila, I. W. A., Gede, D., Mangku, S., & Suastika, I. N. 2019. *DARI UU PERLINDUNGAN KONSUMEN*. 2(2).
- Susilowati, D., Karnadi, K., Soeliha, S., & Iqbal, M. 2022. *Pengaruh Pelayanan, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian* (Pada Konter Ahmadi Cell di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo). Growth, 20(1), 86-107.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Suhir, M. 2014. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online* (Survei Terhadap Pengguna Situs Website Www. kaskus. co. id) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2014 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tulong, D. R., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee*. Productivity, 3(1), 36-40.
- Wahdini, A., & Setyobudi, W. T. 2022. *Geliat Orang Tua Siswa Sekolah Internasional: Analisis Consumer Decision Making Process Sekolah Internasional di Bekasi*. Journal of Law, Administration, and Social Science, 2(2), 176-188.

- Wardhana, A. 2015. *Determinan Kualitas Layanan Internet Banking dengan Menggunakan Metode Webqual Versi 4.0 dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Top Brand E-Channel Bank di Indonesia*. IMAGE: Jurnal Riset Manajemen, 4(1).
- Widiyanto, W. W. 2017. *Rancang Bangun Sistem Informasi Kepegawaian Berbasis Multiuser di Politeknik Indonusa Surakarta Menggunakan Analisa Pieces dan Metode Waterfall*. Jurnal Informa: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 3(2), 43-48.
- Wiryawan, D., & Nur, A. A. 2021. *Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Pada Keputusan Pembelian Produk Smartphone Vivo di Tanjung Selor*. Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 5(02), 345-356.
- Yulianti, A. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan After Sales Service Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen PT. Frismed Hoslab Indonesia*. Jurnal Ekobis Dewantara, 1(7), 173-180.
- Zubairi, A., Ediyanto, E., & Praja, Y. 2022. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Mediasi Variabel Keputusan Pembelian Pada Industri Makmur Jaya di Besuki*. Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME), 1(4), 677-691.

