

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Mitra Utama
- Andriani, Deni. 2019. Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Image Marketplace* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar : Makassar
- Andrologi, Febrian. 2014. Analisis Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap *Brand Loyalty* dan Dampaknya Terhadap *Brand Equity*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Anhar, Arieldo. 2019. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Association* Merek Brodo Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Malang. Skripsi Universitas Brawijaya : Malang
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Bastian, D.A. 2014. Analisa Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 2 (1) : 1-9
- Bayu, I.B., dan Eka S. 2019. Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Niat Beli Konsumen Dimediasi *Brand Preference*. *E-jurnal Manajemen*. 8 (05) : 2697-2721
- Benyamin, Arie Putra. 2019. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix Strategy*) di Pasarkita Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 2 (03) : 1-9
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Cintha, Atika. 2018. Pengaruh Negara Asal, Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Smartphone Oppo di Kota Bandar Lampung. Skripsi : Universitas Siliwangi Bandar Lampung
- Claudia, S. (2017). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta Pengguna Smartphone Iphone. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(1), 287–295.
- Durianto. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Eliasari, P. R. A., dan I Putu G. S. 2017. Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* dimediasi oleh *Perceived Quality* dan *Brand Loyalty*. *E Jurnal Manajemen Unud*. 6 (12) : 6620-6650
- Fajariah, N., Armanu T., dan Fatchur R. 2016. Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan *Brand Image* terhadap *Brand Loyalty* pada Generasi Y di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 14 (3) : 471-480
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Andi Offset :Yogyakarta
- Fitrah, Muh. & Luthfiah. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

- Gohae, M., Paskalis D. dan Timotius D. 2021. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*. 4 (2) : 297-308
- Hania, S. dan Imanuddin H. 2022. Pengaruh *Brand Equity* terhadap Minat Beli pada Produk Kosmetik Pixy di Kota Bandung. *Jurnal Mirai Manajemen*. 7 (1) : 203-213
- Harsa, R.S. dan Syahputra. 2015. Pengaruh *Brand Equity* Game Mario Terhadap Minat Beli Konsumen Nintendo Indonesia Pada Konsol Nintendo (Studi Pada Komunitas Nintendo Indonesia). *e-Proceeding of Management*. 2 (2) : 2105-2116
- Hasbun, Budiharto., dan Endang Ruswanty. 2016. Komperasi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dengan *Brand Awareness* Terhadap Niat Beli (Studi Pada *Commuter Line*). *Journal of Business Studies*, 2(1).
- Hidayati, T. A., Suharyono dan Fanani, D. 2013. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2 (1): 162-171
- Kamanda, R.G.P dan Anny N. 2022. *The Influence of Brand Associations and Perceived Quality on Purchase Intention: Study at Cibaduyut Shoe Industry Center*. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*. 16 (1)
- Khan, Shahzad *et al.* 2012. *International Journal of Management and Strategy*. 3 : 1-15.
- Kotler , P., dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kelima belas. Jilid satu Alih Bahasa Benyamin Molan. Indexs : Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi 15*. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- Kusuma, N.B.A.P dan Miartana, I.P. 2018. *Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Association Brand Preference dan Purchase Intention*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5 (2) : 100 – 119.
- Lin, M.Y., Lu, K.Y., & Wu, J.J. (2012). “The effects of visual information in eWOM communication”. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 6(1):7-26.
- Listiana, E. (2015). Pengaruh *Country of Origin* terhadap *Perceived Quality* Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 8 (1) : 21-47
- Lumba , Maria Gracella 2019. Peran *Brand Love* Terhadap *Brand Loyalty* dan *Willngnes to Pay Premium Price* Pada Pembelian Iphone di Surabaya.
- Marlina, R. dan Ulfa Y. 2020. Prsepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli *Smartphone*. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*. 2 (1) : 1-14
- Martini, E. dan Moh F.S. 2021. Pengaruh *Brand Awareness, Brand Loyalty dan Perceived Quality Smartphone Realme* Terhadap Minat Pembelian Konsumen di Indonesia. *e-Proceeding of Management*. 8 (5) : 4450-4456.

- Natalia, Lia. 2012. Analisis Faktor Persepsi yang Memengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja pada Giant Hypermart Bekasi. Jurnal Skripsi Jurusan Manajemen
- Novi, Y. 2018. Pengaruh *Brand Association*, *Brand Identity*, dan *Brand Personality* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Manajemen. 3 (2) :33-42
- Permana, M.S. & Haryanto, J.O., 2014. Pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image* dan Persepsi Kualitas terhadap Intensi Pembelian. Jurnal Manajemen. 18(3) : 365– 380.
- Permana, M.S., dan Haryanto, J.O. 2014. Pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image* dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. Jurnal Manajemen. 18 (3) : 365-380
- Pranata, I. W. D. R. Dan Agus. S. P. 2018. Peran Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo dengan Niat Beli Konsumen. E-Jurnal Manajemen Unud. 7 (10). 5230-5257
- Prasetya, Wawan. 2021. Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association*, *Perceived Quality* dan *Brand Loyalty* terhadap *Purchase Intention*. Tesis Universitas Islam Indonesia : Yogyakarta
- Purbohastuti, A.W., dan Asmi A. H. 2020. Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui *Celebrity Endorser*. Jurnal Bisnis Terapan. 4 (1) : 37-46
- Putlia, Grace. 2014. Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association*, *Perceived Quality*, dan *Brand Loyalty* terhadap *Brand Equity* Kartu Prabayar IM3 PT. Indosat Multi Media Mobile Pada Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Skripsi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga
- Rahmadani, Siti. 2017. Pengaruh *Brand Loyalty*, *Brand Association*, *Brand Awareness*, dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Go-Jek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN-SU. Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Raturi, Sushil dan Vikram Parekh. 2012. *The Impact of National Apparel Brand attributes on customer Purchase Intention*. SIES Journal of Management. 8 (2)
- Saifuddin, Muchammad. 2022. Pengaruh Brand Image, Harga, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram. Cakrawala Management Business Journal. 4 (2). 847-868
- Santoso, Slamet (2013). Stasistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS, Ponorogo : Umpo Press
- Shahnaz, N.B. F., dan Wahyono. 2016. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*. Universitas Negeri Semarang : Semarang,
- Siregar. Syofian. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Alfabeta.: Bandung

- Sumarwan, U., 2017. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran* (Edisi 2). Chalia Indonesia: Bogor
- Susilowati, E., & Sari, A. N. 2019. *The Influence of Brand Awareness, Brand Association, and Perceived Quality Toward Consumers' Purchase Intention: A Case of Richeese Factory*, Jakarta. *Independent Journal of Management & Production (IJM&P)*, 11 (1) : 39-53
- Valdo, J., dan Hartono S. 2019. *Analisa Pengaruh Brand Equity terhadap Purchase Intention Konsumen pada Produk PC Tablet Apple Ipad di Surabaya*. Program Studi Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra : Surabaya.
- Wibowo, N. E., & Farochi, C. 2017. *Pengaruh Brand Awraeness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Yellow Truck Cabang Sunda Bandung)*. *E-Proceedings of Applied Science*, 3(2). 230-249
- William, C., & Japariato, E. (2016). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Konsumen Ice Cream De Boliva Surabaya*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 2(1). 13-19.
- [www. Katadata.co.id](http://www.katadata.co.id)

