

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 1991. *“Managing Brand Equity”*. Capitalizing On the Value of a Brand Name. New York City, NY: Free Press.
- Aaker, David A. 2013. *“Manajemen Pemasaran Strategis”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Alma, B. 2011. *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. Alfabeta: Bandung.
- A. M, Morissan. 2010. *“Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu”*. Jakarta: Kencana.
- Alyasa, Hadi, F, dan Kusnilawati, N. 2012. *“Analisis Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sepeda Motor Kawasaki Ninja (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Semarang)”*. *Jurnal Mahasiswa Q-Man*, 1(3), 1-14.
- Amir, M & Sameen N. A. 2016. *“The Impact Of Brand Equity Consumer Purchase Decision Of Cell Phone”*. *European Journal Of Business And Innovation Research*, 4 (4), 60-133.
- Arikunto, S. 2005. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: PT Raeka Cipta.
- Benson, C., & Hedren, M. 2013. *“Online Brand Communities: A Route To Brand Loyalty”*. (Unpublished Bachelor’s Thesis). Halmstad University, Sweden.
- Dewi, Gede, Nirmala, dan Jatra. 2013. *“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar”*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(6), h: 248-261.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak 2001. *“Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek”*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Firmanullah, O. 2016. *“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Study Pada Handphone Apple di Kota Surabaya)”*. Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya.
- Ghozali. 2006. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*. Edisi ke 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Gobel, Agriani. 2012. “Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Di Makassar”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin.
- Gunawardane, N.R. 2015. *Impact of Brand Equity towards Purchasing Desition:A Situation on Mobile Telecommunication Services of SriLanka*. *Journal of Marketing Management*, 3(1).
- Hair, JF at al. 2010. “*Multivariate data analysis*”. 7<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hartini, S. 2012. “*Perilaku Pembelian Smartphone: Analisis Brand Equity dan Brand Attachment*”. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 75-86.
- Hermawan, A. 2012. “*Komunikasi Pemasaran*”. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P dan Keller 2009. “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Gary Armstrong. 2010. “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller. 2011. “*Marketing an Introduction*”. Edisi 10. Indonesia: Perason.
- Kotler, P dan Keller. 2013. “*Marketing management*”. 14<sup>th</sup> Edition, England: Pearson.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2014. “*Principles of Marketing*” : *Global Edition 15 th Edition*”. England : Pearson
- Lee, H. J., Kumar, A., & Kim, Y. K. 2010. “*Indian Consumers’ Brand Equity Toward a US and Local Apparel Brand*”. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 14 (3), 469-485.
- Marisi, R. A. dan Marhayanie. 2012. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap eputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pemilik Mobil Toyota Di Kota Medan)*. *Skripsi*. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Massie, P. V. 2013. “*Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian XL Mobile Data Service Di Kota Manado*”. *Jurnal EMBA* 1 (4), 1474-1481.
- Nigam, A., Kaushik, R. 2011.”*Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decisions: An Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana*”. *International Journal of Computational Engineering &Management*, vol. 12, 121-128.
- Rahendy, A. 2014. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 3 (4), 1-16.

- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power Of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. 2006. *“Metodologi Penelitian Untuk Bisnis”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2011. *“Metode Penelitian untuk Bisnis”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shafi, S. I., & Madhavaiah, C. 2013. *“The Influence of Brand Equity on Consumer Buying Behaviour of Organic Foods in India”*. Journal of Marketing and Communication, 9 (2), 44-51.
- Siali, F., Jiayi, P., Shakur, M.M.A., Ya’kob, S.A. 2016. *“Relationship Between Brand Equity And Consumer Purchase Decision: A Case Of An International Brand Of Footwear”*. International Journal of Service Management and Sustainability (IJSMS), 1(1), 58-75.
- Sudomo, St. 2013. *“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pepsodent Di Kabupaten Bantul)”*. JBMA, 1 (2), 33-48.
- Sudarsono, D. S., Kurniawati D . 2013. *Elemen Ekuitas Merek Dalam Keputusan Pembelian Laptop*. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi. JRMA, 1 (1).
- Sugiyono. 2003. *“Metode Penelitian Bisnis”*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *“Metode Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyani, 2015. *“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha”*. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Volume: 5 Nomor: 1, pp. 1-13.
- Sumi, S. R., & Kabir, G. 2010. *“Analytical Hierarchy Process for Higher Effectiveness of Buyer Decision Process”*. Global Journal of Management and Business Research, 10 (2), 2-9.
- Supranto, M. A. 2002. *“Metode Peramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Susana, E. 2015. *“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Muka Merek Wardah (Studi pada Mahasiswi S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung). Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bandar Lampung.

Suryaningsih, Barokah, dan Prayogo. 2011. “*Ekuitas Merek Produk Minuman Serbuk Instan*”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 67-91.

TBI (2018). Data Top Brand Index. Diakses pada tanggal 2 Februari 2018 dari [Http://www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com).

Tjiptono. F. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi

Widhiarta, dan Wardana. 2015. “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar*”. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4 (4), 832-848.

Widjaja, T. J. 2007. “*Marketing Management: Pendekatan pada Nilai-Nilai Pelanggan*”. Malang: Banyumedia Publishing.

Wijaya, D. S. 2011. “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blacberry (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Widjanarko, A., Suwitho 2014. “*Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua*” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 3 (6).

