

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2001). *Manajemen Ekuitas Merek*, alih bahasa: Aris Ananda, Mitra Utama, Jakarta.
- Aaker, D. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Cetakan Ketiga. Mitra Utama. Jakarta.
- Adam, M. A dan Akber, S. N. (2016). The Impact of Brand Equity on Consumer Purchase Decision of Cell Phones. *European Journal of Business and Innovation Research*, 4 : 4. 60 – 133.
- Akhtar, N. *et al.*, (2016). Impact of a Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L'Oreal Skincare Products. *International Review of Management and Business Research*, 5 : 3. 808 – 816.
- Fadhilah, A. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-Ixion. *Jurnal MIX*, 6 : 2. 188 – 205.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Applikasi Analisis Multivariate dengan program*. Edisi ketujuh, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunawardane, N. R. (2015). Impact of Brand Equity towards Purchasing Decision: A Situation on Mobile Telecommunication Services of Sri Lanka. *Journal of Marketing Management*, 3 : 1. 100 – 117.
- Hanaysha, J. L. (2018). An Examination of the Factors Affecting Consumer's Purchase Decision in the Malaysian Retail Market. *PSU Research Review*, 2:1. 7 – 23.
- Hasbun, B dan Ruswanty, E. (2016). Komperansi Antara Kelompok yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line). *Journal of Business Studies*, 2 : 1. 2 - 4.
- Humdiana (2005). Analisis Elemen-elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 2 : 12. 42 – 49.
- Jalilvand, M. R. *et al.*, (2011). The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention: An Application of Aaker's Model in the Automobile Industry. *International Business and Management*, 2 : 2. 149 – 158.

- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Dua Belas. Jilid 1, Prentice Hall. Jakarta.
- Kurniwan, H. H. (2017). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust. (Studi pada Brand Restoran McDonald's di Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4 : 2. 228 – 239.
- Rahendy, A. (2014). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3 : 4. 1 – 19.
- Sciffman, L dan Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. PT Macanan Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Sekaran, U dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Enam, Salemba Empat. Jakarta.
- Sriyanto, A dan Kuncoro, A. W. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk LionStar di Modern Market Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4 : 2.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Syah, S. M., Adeel, M., Hanif, F dan Khan, M. (2016). The Impact of Brand Equity on Purchase Intensions with Modertaing Role of Subjective Norms. *Universal Journal of Industrial and Business Management*, 4 : 1. 18-24.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wasil, M. (2017). Pengaruh brand awareness, brand association dan percieved quality, 19 : 2. 137 – 147.
- [Wikipedia.org/wiki/Acer\\_Inc](https://www.wikipedia.org/wiki/Acer_Inc). (diakses pada 1 3 September 2018 pukul 10.05 WIB).
- [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) (diakses pada 3 September 2018 pukul 20.10 WIB).
- Yonaldi, S. (2011). Analisis Loyalitas Merek Kartu Seluler XL Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2 : 3. 41 – 57.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J dan Gremler, D. D. (2013). *Service Marketing*. Sixth Edition. New York: Mc Gram-Hill.

