

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press.
- Adrian, D., Rachman, M., Adrian, D., & Rachman, M. (2021). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. 2(2), 215–222.
- Afandrianti Maulida, Y., & Habiburahman, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada Umkm Keripik Sumber Rezeki). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1(4):303–14. doi: 10.54443/sibatik.v1i4.34.
- Aprilia, M., & Widyawati, N. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(6), 2–22.
- Ariadi, A., Yusniar, M. W., & Rifani, A. (n.d.). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin)*. 252–268.
- Arista, A. S. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone (Studi kasus Mahasiswa Universitas Sumetra Utara). *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/23974>
- Arlin, Deni Vavi, and Jati Imantoro. (2021). Pengaruh Kewajaran Harga Dan Perkembangan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion Pada Dealer Lautan Teduh Di Purbolinggo. *Jurnal Manajemen diverifikasi* 1(2):102–10. doi: 10.24127/diversifikasi.v1i2.542.
- Evi, T. I. & M. (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 79.
- Fransisca dan Elia. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.5.
- Keller, Kevin Lane. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New jersey: prentice hall.
- Kurniawan, B., & Zia, K. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Rabbani di Kota Jambi*. XVI(2), 75–90.
- Kurniawan, Bayu. (2020). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan merek Indomie (studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kabupaten Kendal). 7(3):476–86.
- Latifah, Nurul. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Alauddin Di Makassar.
- Lestari, D. P., Studi, P., Ekonomi, I., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U.,

- & Alauddin, N. (2017). *Analisis tingkat ketimpangan pembangunan di kawasan mamminasata*.
- Nicky, Dkk. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Attitude Terhadap Keputusan Pembelian Handphone merek Nokia (studi kasus pada siswa SMA/SMK di kota Manado). 16(01):308–17.
- Patel. (2019). *Pengaruh Brand Equity Teh Botol Sosro terhadap Proses Keputusan Pembelian di Kota Bandung*. 5(1), 9–25.
- Purwiyanto, D., Hangtuah, U., Purwanto, A., & Hangtuah, U. (2022). *Brand Awareness Sebagai Variabel Pemeditasi Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus Mahasiswa diploma pelayaran pada pembelian tiket online di PT PELNI)*. January 2021. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v4i2.3071>.
- Putra, S. C. (2017). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Strap Leatherking*. 2.
- Putri, S. L., Dharma, U., & Unidha, A. (2018). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang*. 11(2), 70–78.
- Satria, Ariq S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar Di Kota Surabaya. 4(2):140–49.
- Sari, S. (2021). *Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makasar*. 1(1), 37–48.
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). *Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. 1(1), 1–15.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suharyani, K. (2015). *Produk minuman The Botol Sosro pada Mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Undikhsa 2015*. 1–13.
- Surabagiarta, I. K., & Purnaningrum, E. (2021). *Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop*. 2(2), 294–301.
- Swastha, prof. dr. Basu & handoko, dr. T. Hani. (2018). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Wardhana, A. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness*. January.
- Wiastruti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri , Jakarta*. 5(2).
- Vincent Sjaklifi, P. (2020). Pengaruh ekuitas merek terhadap pembelian konsumen keputusan (studi kasus pada tokopedia e-commerce). *Jurnal Internasional Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 231-243.