

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia (2017). Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–665.
- Arikunto (2010). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. PT Rineka Cipta.
- Alfiansya & Nurhadi (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial dan Testimoni terhadap Minat Beli Produk Erigo di Marketplace Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 843–856. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1350>
- Chandra & Santoso (2019). Outlet Mini Melts Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Firmansyah (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Cetakan pe). Penerbit Qiara Media.
- Ghozali (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi Keli). Universitas Diponegoro.
- Ichsannudin & Purnomo (2021). *Monograf Analisis Gaya Hidup, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian, melalui Citra Merek* (R. R. Rerung (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Irawan (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Edisi 1). Elex Media Komputindo.
- Kotler (2002). *Manajemen Pemasaran jilid 1* (Milenium). Prehallindo.
- Muchson (2016). *Metode Riset Akuntansi* (Guepedia (ed.)). Guepedia.
- Malikussaleh (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(September), 1–9.
- Mokoagouw (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisien*, vol 16, 501.
- Nasution (2010). *Manajemen Mutu Terpadu* (R. Sikumbang (ed.); Edisi Kedu). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nurani & Suryoko (2018). Pengaruh Brand Equity dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris (Studi pada Konsumen PT. New Ratna Motor di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 7, 108–116.
- Kusuma (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi* (A. Rikki (ed.); cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Peter & Olson (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Penerbit Salemba Empat.
- Priansa (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta.
- Purbohastuti (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Mahasiswa D3 Marketing. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(1), 53–75.

- Rangkutin (2002). *The Power Of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS* (pertama, p. 39). Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi (2010). *Perilaku Konsumen* (p. 77). Kencana.
- Shinta (2011). *Manajemen Pemasaran* (p. 46). Universitas Brawijaya.
- Simamora (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (ketiga). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi Kedu). Penerbit Alfabeta.
- Suharyani (2015). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, volume 5, 9.
- Sumarwan (2011). *Perilaku Konsumen*. PT Ghalia Indonesia.
- Sumiati (2016). Brand Dalam Implikasi Bisnis (A. Sbila (ed.); Pertama). UB Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Brand_dalam_Implikasi_Bisnis/noFKDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=brand+dan+merek&printsec=frontcover
- Surindra, B., Widyaningrum, B., & Zulistiani. (2017). *Statistika Teori & Praktik SPSS* (R. Azizah (ed.); Cetakan Pe). CV. Azizah Publishing.
- Sya'idah (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 205.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1106>
- Wijaya (2017). Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Perspektif*, vol XV, 82.