

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., & Nst Asmara, M. O. (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, S. (2010). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. PT Rineka Cipta.
- Chandra, A. P., & Santoso, T. (2019). OUTLET MINI MELTS SURABAYA. *AGORA*, 7(1).
- Eigerindo, P. (n.d.). *PT EIGERINDO*.
- Firmansyah, A. (2019a). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2019b). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran) (Cetakanpe)*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Keli)*. Universitas Diponegoro.
- Ichsannudin, & Purnomo, H. (2021). *Monograf Analisis Gaya Hidup, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian, melalui Citra Merek (R. R. Rerung (ed.))*. Media Sains Indonesia.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan (Edisi 1)*. Elex Media Komputindo.
- M.Muchson. (2016). *Metode Riset Akuntansi (Guepedia (ed.))*. Guepedia.
- Malikussaleh, U. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(September), 1–9.
- Mandagi, V. A. L., Kalangi, J. A. F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., Bisnis, A., Administrasi, J. I., & Ratulangi, U. S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(4), 54–61.
- Mokoagouw, M. L. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemblian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT

- Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisien*, vol 16, 501.
- Nasution, M. N. (2010). *Manajemen Mutu Terpadu* (R. Sikumbang (ed.); Edisi Kedu). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nurani, F. M., & Suryoko, S. (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.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Penerbit Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta.
- Purbohastuti, A. W. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA D3 MARKETING. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(1), 53–75.
- Rangkuti, F. (2002). *THE POWER OF BRANDS Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS* (pertama, hal. 39). Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen* (hal. 77). Kencana.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (hal. 46). Universitas Brawijaya.
- Simamora, B. (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, K. (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, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. PT Ghalia Indonesia.
- Sumiati, Rosita, N. H., & Yulianti, I. (2016). *BRAND DALAM IMPLIKASI BISNIS* (A. Sbila (ed.); Pertama). UB Press.
https://www.google.co.id/books/edition/Brand_dalam_Implikasi_Bisnis/noFKDw

AAQBAJ?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, E. H., & Dkk. (2020). Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 205. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1106>