

## Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. 2013. Manajemen Pemasaran Strategis. Terjemahan Oleh David Wijaya, Herwita Titi Sekartaji, Hirson Kurnia. Jakarta: Salemba Empat.
- Alfionita, C. M., & Yulianto, E. (2016). PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone di Counter Handphone MATOS). Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, 36(1), 178–185.
- Buchari, Alma. 2013. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Dan Lie Joko Budiman. 2009. Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Jintu, E. D., Rodhiyah, Dan Wijayanto, A. 2013. Pengaruh Elemen-Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada PT Nasmoco Pemuda Semarang. Journal Of Social And Politic, 1-8.
- Kotler, Philip Dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., Dan Keller, K. L. 2009. Manajemen Pemasaran. Terjemahan Oleh Molan Benyamin. PT Indeks.
- Kotler, Philip And Keller, Kevin L. 2012. Marketing Management. 14th Ed. England : Prentice Hall, Inc.
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung).

Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 4(1).  
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v4i1.30>

Mutamimah L, Utami S, Sudewo ATA. 2013. Kajian Kadar Lemak Dan Bahan Kering Tanpa Lemak Susu Kambing Sapera Di Cilacap Dan Bogor. *Jurnal Ilmiah Peternakan* 1(3):874–880.

Pradipta, D., & Hidayat, K. (2016). PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana SimPATI Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 34(1), 138–147.

Runtuwene, I. K. 2015. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Yamaha Mio-J Di Kota Tomohon. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3 (1), 47-60.

Sari, N., Manajemen, J., Bisnis, F., & Image, K. B. (2018). *Issn 2086-9592*. X, 1–8.

Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96–106.

Swastha, Basu. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Vani, E. (2016). pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk kapal api. *Skripsi*, 4(2), 177–201.

Yusa, V. D. E. (2015). PENGARUH MOTIF RASIONAL DAN MOTIF EMOSIONAL. 9(2), 97–111.