

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of Brand Name*. New york: Free Press.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(3), 54-66.
- Ariyanti, A., & Darmanto, R. F. (2019). Kualitas Produk, Harga Dan Ekuitas Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Di *J'Co Donuts & Coffee Metropolitan Mall* Bekasi. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(3), 183-190.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Jakarta: Rajagrafindo
- Aulia, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Aziz, M. (2021). *Sejarah OPPO: Dari Pemutar Musik Hingga Brand Teknologi Global*. *Accesstrade Indonesia*. <https://accesstrade.co.id/blogs/others/sejarah-oppo>
- Azri, F. (2020). Pengaruh harga, kualitas produk, dan *Word of mouth* terhadap keputusan pembelian: Studi pada pengguna handphone Xiaomi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Beig, F. A., & Nika, F. A. (2019). *Brand experience and brand equity*. *Vision*, 23(4), 410-417.
- Birofita, R., Nawangsih, N., & Hartono, H. (2019). Analisis Citra Merek dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 1(4), 57-61.
- Desi, J. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Diana, A., & Yusuf, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir). *SI Manajemen*, 1-20.
- Elinawati., et al. (2017). Pengaruh *Word of Mouth*, Daya Tarik Iklan, Presepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria FU pada PT. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA*, 3 (3).

- Foroudi, P., Yu, Q., Gupta, S., & Foroudi, M. M. (2019). Enhancing university brand image and reputation through customer value co-creation behaviour. *Technological Forecasting and Social Change*, 138, 218-227.
- Gaspersz Vincent, (2008). *Production Planning And Inventory Control, Berdasarkan Pendekatan Sistem Terintegrasi MRP II Dan JIT Menuju Manufakturings 21*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendri, M., et al. (2017). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ike, S. dan Zainul, L. (2017). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA*, 2 (1): 313-324.
- Irvan, M., Yani, B. A., & Marwati, F. S. (2022). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online (Pengguna Shopee Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 444-454.
- Jackson, F. (2013). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Bandung: Graha.
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat 2019-2020. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 279-288.
- Keller, K. L., & Brexendorf, T. O. (2019). Measuring brand equity. *Handbuch Markenführung*, 1409-.
- Kim, H. J., Park, S. Y., & Park, H. Y. (2018). A Study on the Effect of Storytelling Marketing on Brand Image and Brand Attitude. *The Journal of Economics, Marketing and Management*, 6(4), 1-16.
- Kotler, P. (2010). *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Keller, L. K. (2012). *Marketing Management. Fourteenth Global Edition*. USA: Pearson Education.
- Lassar, W., Mittal, B. and Sharma, A. (1995) Measuring Customer-Based Brand Equity. *Journal of Consumer Marketing*, 12, 11-19.

- Malonda, D., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai & Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288-2297.
- Mangkunegara. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli Pada Umkm Toko Distributor Produk Skincare Kfskin Babat Lamongan. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36-47.
- Mustofa, Bisri. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Nisar, T. M., & Prabhakar, G. (2017). Exploring the key drivers behind the adoption of mobile banking services. *Journal of Marketing Analytics*, 5, 153-162.
- Octhaviani, S. ., & Sibarani, H. J. . (2021). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN KOPI PADA PENGGUNA APLIKASI GRAB FOOD DI KOTA MEDAN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521-528.
- Perera, W, L, M, V., dan Dissanayake, D, M, R. (2013). The Impact Of Brand Awareness, Brand Association And Brand Perceived Quality On Female Consumers' Purchase Decision Of Foreign Makeup Products A Study On Youth Segment. *International Conference on Business & Information*. Vol. 1, No. 1, Hal. 1-19.
- Rangkuti, N. (2003). Bibliografi Beranotasi Tentang Situs Keraton Ratu Boko. *Berkala Arkeologi*, 23(1), 121-131.
- Saidah, L., & Budiyanto, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).
- Sandri, A. (2019). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sumarni dan Soeprihanto. (2010). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kedua. Jilid Pertama. Bandung: Remaja Posdakarya

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cv
- Susanto, Christian. (2014). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Suyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 130.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.