

DAFTAR REFERENSI

- Aaker. 2018. *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama. Jakarta
- Aaker, D.A dan Biel. 2013. *Brand Equity & Advertising's Role in Building Strong Brands*. New Jersey : Psychology Press.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto Hartono. 2014. *Partial Least Square*. Yogyakarta : Andi
- Abdillah, W, dan Hartono, J. 2015. *Partial Least Square (PLS) – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Alfian, B. 2012. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova Pada PT Hadji Kalla Cabang Polman*. Makassar: Skripsi Universitas Hassanudin
- Amiruddin M. Amin, Shania Natasha. 2020. Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Nestle Pure Life. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol. 1 No.2 (2020) hlm 188-198.
- Amirullah. 2010. *Pemasaran dan Strateginya*. Bandung : CV Graha Ilmu.
- Calvin dan Samuel, H. 2014. Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Economics Benefit Terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi PT. Sequislife di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1):1-11.
- Chandra Cindy, Keni. 2019. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* Vol. 3 No. 1/April 2019 hlm 176-185 ISSN 2579-6224 Print/ ISSN 2579-6232 Versi Elektronik. DOI: [10.24912/jmie.v3i1.3506](https://doi.org/10.24912/jmie.v3i1.3506)
- Danang, Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Cetakan II. Januari 2013*. Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dib, H. & Alhaddad, A. 2014. *The Hierarchical Relationship Between Brand Equity Dimensions*. *European Scientific Journal*, 10(28), 183-194.

- Durianto, Darmadi. 2011. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Cetakan XX. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiyanti Eris, Nurul Qomariah, dan Wenny Murtalining Tyas. 2018. Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia* Vol. 8 No. 2/Desember 2018 hlm. 148-163 E-ISSN: 2541-2566. DOI: <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1786>
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Gadua Matias. 2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Produk Body Mist The Body Shop di Ambarukmo Plaza. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. dan Sarstedt., M. 2017. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Handayani, Desy, Hermawan, Kartajaya, Andrizal, Anthony Darmaja, Ryan Fachry Nasution, Ardhi Ridwansyah. 2010. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi Erlangga Group.
- Husnawati. 2017. Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Mahasiswa UIN Alauddin Makassar). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- 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. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 1-8.
- Kartajaya, H. 2010. *Brand Operation, The Official MIM (Markplus Institute of Marketing) Academy Coursebook*. Jakarta : Esensi Erlangga/
- Keller, K. L. 2013. *Strategic Branding Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip. 2010. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta
- Kurniawan. 2015. *Marketing Mix*. Jakarta : Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan Agvi Ramadhan. 2015. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Nilai Sebagai Intervening. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, Vol. 12, No. 1 Juni. DOI : <https://doi.org/10.14710/jsmo.v12i1.13422>
- Latan,H. dan Ghozali, I. 2012. *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS2.0M3*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Era Samapi Era Modernisasi Global*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Malhotra,N.K. 2012. *Basic Marketing Research : Integration of Social Media*. Jakarta : PT Index Kelompok Gramedia.
- Marius. 2011. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Mukaromah Alviccenia Lailatul et al. 2019. *The Effect of Green Marketing, Brand Awarenss, and Price Perception on Purchase Decisions. International Journal of Applied Bussiness & International Management* Vol. 4 No. 3 2019 ISSN: 2614-7432.
- Muzaqqi, dkk. 2016. Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Survei pada

- Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Sari Apel Siiplah di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 31, No.1.
- Novansa Hafizh et al. 2017. Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products) *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences* Volume 2 2017 ISSN: 2415-6256.
- Pamungkas Bramaseto Rosie dan Sugiarto. 2015. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek Melalui Loyalitas Merek. *Diponegoro Journal Of Management* Vol. 4 Nomor. 1 Tahun 2015 Halaman 1 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> ISSN (Online): 2337-3792. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat.
- Priansa, Donni. J. S.Pd.. S.E., M.,M QWP. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Rachmawati Siska Dwi dan Anik Lestari Andjarwati. 2020. Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Volume VII Nomor 1 Tahun 2020 Hal: 25-29. ISSN: 2355-4665. DOI: <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rusmanida. 2020. Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Secara Online Melalui Kepercayaan Merek pada E-Commerce Shopee Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 5, No. 1 Maret. Pascasarjana Universitas Islam Malang. DOI: <http://dx.doi.org/10.33474/jimmu.v5i1.1586>.
- Sangadji, Etta Mamang. Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian, Ed 1*. Yogyakarta: Andi Offset

- Sarwono Jonathan. 2011. Mengenal Path Analysis : Sejarah, Pengertian, Aplikasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 11, No. 2 November 2011: 285-296. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana.
- Shahid Zharlish, dan Tehmeena Hussain. 2017. *The Impact of Brand Awareness on The Consumers Purchase Intention. Journal of Marketing Consumer Research: An International Peer-Reviewed Journal* Volume 33 2017 ISSN: 2422-8451.
- Sihabudin. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Merek Handphone Samsung (Survey Karyawan Bagian Pulley Machine PT FCC Indonesia). *Jurnal Manajemen & Bisnis* ISSN 2528-0579 Vol. 1 No.1. Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- Simamora, Henry. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Star Gate Publisher.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methodhs)*. Bandung : Alfabeta. CV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Supranto dan Nandan Limakrisna. 2011. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9. Jakarta. Salemba Empat.
- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tambunan, Krystia dan Ibnu Widiyanto. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus pada Konsumen di Bandeng Presto Semarang). *Jurnal Manajemen* Vol. 1 No.2 Hal. 58-66. Undip Semarang.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- <https://inet.detik.com/business/>. Diakses pada tanggal 09 Oktober 2020.
- cekaja.com. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.
- <https://www.topbrand-award.com>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.
- swa.co.id. Diakses pada tanggal 11 Oktober 2020.

<https://enesis.com/product/antis>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2020.