

## DAFTAR REFERENSI

- Adriany, V. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Gejek Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Karyawan Berkantor Di Wilayah Jl. T.B Simatupang Jakarta). *Commerce Jurnal Ilmiah Politeknik Piksi Input Serang*, 6(1), 63–82.
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gerai Starbucks Di Bali. *Buletin Studi Ekonomi, July*, 52. <https://doi.org/10.24843/bse.2020.v25.i01.p04>
- Alfionita, C. M., & Yulianto, E. (2016). ( Survei Pada Pembeli Oppo *Smartphone* di Counter Handphone MATOS ). *Administrasi Bisnis*, 36(1), 178–185.
- Amalia, A., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Pada Pelanggan Sariayu Martha Tilaar. *JURBISMAN: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 233–248.
- Andono, B., & Fadila, D. F. (2022). *Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pengguna Jasa Maskapai Citilink Indonesia Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang di Era New Normal*. 4(1), 61–73. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jgh/article/view/522>
- Azmi N, chalirafi, T.Ediyansyah, R. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tia Azka Grosir Dan Eceran Dikota lhokseumawe. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 12(2), 87–98.
- Caldito, R., Candano, D. K., & Diaz, K. B. (2022). The Impact of Brand Equity of Korean Barbeque Restaurants on Purchase Decision among Generation-Z in Metro Manila. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 115–123. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.14>
- Chathuranga, & Madhuwanthi. (2023). The Relationship Between Brand Equity and Purchasing Intension of Fairness Cream Products: A Study in Colombo District, Sri Lanka. *Journal of Purchasing, Logistics and Supply Chain Management System*, 4(1), 11–19.
- Choudhary, A., Dawar, S., & Panwar, S. (2023). Impact of Brand Association on Brand Equity in Organized Retail Sector. *Marketing and Management of Innovations*, 14(3), 1–8. <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.3-01>
- Desa, D. I., Rejo, S., & Margo, K. E. C. (n.d.). *Jurnal Ekopendia: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan e-ISSN 2656-7210*. 8(2).
- Dwinanda, S., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah Pada Generasi Y. *JURNAL SeMaRaK*, 4(2), 98–104. <https://doi.org/10.32493/smk.v4i2.10994>
- Ekonomi, J., & Akuntansi, M. (2024). *Neraca Neraca*. 1192(8), 304–317.
- Fadhli, K., Dwi Aprilia, E., & Angga Putra, I. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Minyak Goreng Pada Masa

- Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 96–104. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19038>
- Firdaus, Q., & Tintin, S. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oronamin C Di Kota Bandung) Qonita Firdaus\* dan Tintin Suhaeni. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(0), 66.
- Gluhović, N. (2020). Brand Equity Management: Interbrand Method. *Нови Економист*, 13(25), 75–83. <https://doi.org/10.7251/noe1925075g>
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020 the Effect of Brand Equity , Brand Image , and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Samsung *Smartphone* Products on Students of the Fac. *Jurnal EMBA*, 10(1), 279–288.
- Jurnal, J., & Mea, I. (2024). *PENGARUH PERSONA MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi )*. 8(2), 551–568.
- Khafid, Y. A., & Pradana, M. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online BrandThanksinsomnia. *E-Proceeding of Managemen*, 9(2), 739.
- Khairunnisa, E. I., & Genoveva. (2019). The Influence of Brand Equity Towards Purchase Decision (Case Study of Korean Cosmetics Innisfree in Jabodetabek). *Journal of Business Management*, 14(1), 45–60. <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/MB/article/view/1788/1814>
- Khoa, T. T., Phuong, N. Van, Thi, T. V. A., Nguyet, N. T. M., Dien, T. Van, & Huynh, D. T. S. (2020). The influence of brand equity on consumer responses toward Cho Gao dragon fruits brand. *Hcmcoujs - Economics and Business Administration*, 10(1), 18–36. <https://doi.org/10.46223/hcmcoujs.econ.en.10.1.217.2020>
- Krypton, A. (2020). Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Iphone (Studi Kasus Mahasiswa/I Program Pendidikan Vokasi UI ). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(1), 36–44.
- Kualitas, P. P., & Merek, A. (2024). *Pengaruh persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi close up di kota madiun*. 5(2000).
- Kurniawan, A., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon Pada Masyarakat Kabupaten Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1512–1522. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1512-1522>
- Kusmawati, Y., Nainggolan, B. M., & Cyasmoro, V. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Cepat Saji Kentucky Fried Chicken Jakarta Utara. *Eduturisma*, III(5–6), 1–26.
- Kustanto, A. (2020). Buletin Studi Ekonomi. Vol. 25 No. 1, Februari 2020. *Pertumbuhan Ekonomi Regional Di Indonesia: Peran Infrastruktur, Modal Manusia Dan Keterbukaan Perdagangan*, 25(1), 22–40. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/55427>
- Le-Hoang, P. V., Nguyen, G. T., Phung, H. T. T., Ho, V. T., & Phan, N. T. (2020). The relationship between brand equity and intention to buy: the case of convenience stores. *Independent*

*Journal of Management & Production*, 11(2), 434–449.  
<https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i2.1062>

- Lee, E., Kim, J. H., & Rhee, C. S. (2021). Effects of marketing decisions on brand equity and franchise performance. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6).  
<https://doi.org/10.3390/su13063391>
- Leonanda, K., & Purnama, S. (2020). Pengaruh ekuitas merek terhadap niat beli pada produk minuman isotonik Mizone (Studi kasus di Universitas Esa Unggul). *JCA Ekonomi*, 1(2), 421–429. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/jeco/article/view/90>
- Litto, V., & Selamat, F. (2022). Ekuitas Merek Hotel Berbintang Di Jakarta: Peran Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 299–308. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20285>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula (Studi Kasus Konsumen Susu Dancow .... *Ekuitas*, 1(1), 1–8. [http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3115%0Ahttp://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/3115/Mega Rumintang Panjaitan.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3115%0Ahttp://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/3115/Mega%20Rumintang%20Panjaitan.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Marlius, D., & Darma, K. P. K. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Oppo Pada Toko Faiqah Ponsel Di Ujung Air, Kecamatan Sutera, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. *Jurnal Economina*, 2(1), 1050–1062. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.234>
- Merek, P. E., Produk, A., Direct, D. A. N., Mananeke, L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt Hasjrat Abadi Manado Tendeau. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 185–193. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27501>
- Nilakandi, D. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Merek Oriflame. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.29303/axa.v1i1.12>
- Nurfici, S., Zaerofi, A., & Anwar, S. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dalam Perspektif Pemasaran Islam (Studi Kasus Minuman Boba Kopi Kenangan di Kota Kendari). *Jurnal Ekonomi Dirgantara*, 8(3), 51.
- Nurhaini, M. R., Napitu Resna, & Manawari, G. R. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek ( Brand Equity ) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Skincare Wardah (Study kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun). *Jurnal Edueco*, 4(2), 101–115.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>

- Prabowo, D. L., Salim, M., Hariyanti, N., & Marta, R. F. (2022). Pengaruh Terpaan Tayangan Video YouTube Otodriver.com Terhadap Asosiasi Merek Mobil Pada Pengikut Akun. *Jurnal Audience*, 5(1), 95–110. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i1.5797>
- Purwanto, E., Hadiwidjojo, D., & Ratnawati, K. (2013). Preferensi Merek Sebagai Pemediasi Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Produk Insektisida Merek Asmec 36 EC di Malang Raya ). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, ISSN : 1693-5241, 11(2), 186–196.
- Ranumihardja, A. T., & Afa, S. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek Toyota Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Astrido Karawaci). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 89–95.
- Rivaldi, M., & Nastiti, H. (2022). Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ayam “ Geprek Benu ” Di Dki Jakarta the Effect Product Quality , Brand Loyalty , and Price Perceptions on the Decision To Purchase “ Geprek Benu ” Chicken in Dki. *Journal of Young Entrepreneurs*, 14, 152–165.
- Rusniawan, A. N., & Santoso, T. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Bisnis Makanan Online Bosse .... *Agora*, 9(1). <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/10985%0Ahttp://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/viewFile/10985/9757>
- Seo, E.-J., & Park, J.-W. (2018). A Study on the Influence of the Information Characteristics of Airline Social Media on e-WOM, Brand Equity and Trust. *The Open Transportation Journal*, 12(1), 289–300. <https://doi.org/10.2174/1874447801812010289>
- Simangunsong, E., & Bangun, K. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 24(1), 162–172.
- Sopiyan, P. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Co Management*, 3(2), 471–478. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.417>
- Sukmarani, A. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 890–899. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.564>
- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers’ Purchasing Decisions. *CommIT Journal*, 16(1), 9–18. <https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.7583>
- Tresna, P. W., Chan, A., & Herawaty, T. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee). *AdBispreneur*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.26473>
- Tri Novi Yani, & Imam Nuryanto. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Marina Hand and Body Lotion Di Semarang. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 89–95. <https://doi.org/10.55606/jaem.v1i1.164>

- Walangitan, A., Pangemanan, S. S., & Rumokoy, F. S. (2015). Analysing the impact of brand equity on consumer purchase intention of etude house cosmetic product in manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 758–766.
- Wardianto, K. B., Damayanti, D., Destalia, M., & Supriyanto, S. (2020). Strategi Peningkatan Ekuitas Merek di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i1.26097>
- Wiguna, K. S., & Kuswati, R. (2024). Pengaruh Penciptaan Nilai pada Kepuasan Pelanggan yang di Mediasi oleh Ekuitas Merek (Studi Brand Fashion H&M Solo Grand Mall). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(2), 68–87.
- Yulia, Nanda, & wong. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Pada Keputusan Pembelian Smartphone iPhone XS Max Di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 7, 10–22.