

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*. Pearson education, 2010.
- [2] H. Wijoyo, *sistem informasi Manajemen*. Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- [3] T. F. Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia, 2020.
- [4] C. Y. L. Fayrene and G. C. Lee, "Customer-based brand equity: A literature review," *Res. World*, vol. 2, no. 1, p. 33, 2011.
- [5] K. L. Keller and V. Swaminathan, *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Harlow, 2020.
- [6] M. Indrasari, *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press, 2019.
- [7] R. Gupta and S. Varma, "A structural equation model to assess behavioural intention to use biometric enabled e-banking services in India," *Int. J. Bus. Inf. Syst.*, vol. 31, no. 4, pp. 555–572, 2019, doi: 10.1504/IJBIS.2019.101586.
- [8] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ketigabel. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [9] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- [10] I. W. Wulandari, "PERBANDINGAN PENGARUH PERSEPSI ATRIBUT-ATRIBUT TOKO ELZATA DAN ZOYA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA GENERASI MILENIAL." Universitas Muhammadiyah Jember, 2020.
- [11] Y. Fransisca and A. K. Purnomo, "The Factors affecting the purchasing decision of the Millenial Muslim Generation," *MBIA*, vol. 18, no. 2, pp. 1–20, 2019.
- [12] M. P. Putra and N. M. A. Aksari, "Analisis Perbandingan Brand Equity Produk Indocafe dengan Good Day Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manaj. Unud*, vol. 7, no. 9, pp. 5080–5107, 2018.
- [13] D. M. Kolompoy, J. D. D. Massie, and H. N. Tawas, "ANALISIS PERBANDINGAN EKUITAS MERERK INDOSAT DENGAN XL (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO)," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 6, no. 3, 2018.
- [14] D. Darmawan, S. Hudayah, and A. Asnawati, "Perbandingan ekuitas merek indomie dan mie sedaap," *J. Manaj.*, vol. 8, no. 2, pp. 113–135, 2017.
- [15] R. R. Sari, "Pengaruh Ekuitas Merek Jilbab Zoya Terhadap Nilai Pelanggan Di Kota Mataram," *J. Varian*, vol. 1, no. 1, p. 35, 2017, doi: 10.30812/varian.v1i1.48.
- [16] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management: Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson, 2012.

- [17] Supranto and J. Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- [18] F. Tjiptono and G. Chandra, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi, 2012.
- [19] L. Purwianti and M. B. Zaman, “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Preferensi Merek, dan Harga Dengan Citra Negara Asal Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Minat Pembelian Laptop Oleh Mahasiswa Di Kota Batam,” *J. Manaj. Bisnis Indones.*, vol. Vol.4 No.2, 2017.
- [20] B. Simamora, “Aura Merek, PT,” *Gramedia Pustaka Utama*, Jakarta, 2003.
- [21] D. Durianto, Sugiarto, and T. Sitinjak, *Strategi: Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- [22] D. A. Aaeker, *Manajemen ekuitas merek: Memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: Mitra Utama, 1997.
- [23] B. Simamora, *Aura Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- [24] M. Sugiyono, “Educational Research Methods Quantitative, Qualitative Approach and R&D,” *Bandung Alf.*, 2014.
- [25] A. T. Ferdinan, *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- [26] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- [27] J. F. Hair Jr, M. Sarstedt, L. Hopkins, and V. G. Kuppelwieser, “Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research,” *Eur. Bus. Rev.*, 2014.
- [28] R. Bougie and U. Sekaran, *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons, 2019.
- [29] I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*, Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- [30] N. Sudjana, “Metode statistika,” *Bandung: Tarsito*, vol. 168, 2005.
- [31] S. Santoso, *SERI SOLUSI BISNIS BERBASIS TI Menggunakan SPSS dan Excel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006.
- [32] V. W. Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015.
- [33] I. Ghazali and H. Latan, *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2012.