

DAFTAR PUSTAKA

- Agtika Prameswara, E. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Pada Pelanggan Motor Yamaha di Kabupaten Kendal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1730–1742.
- Alfarisi, S., Setyowati, N., & Setyowati. (2019). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Sadari Kopi di Kota Surakarta. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 12(2), 146–159.
- Arief, A. P., & Widagdo, H. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Hp Oppo Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 96–101.
- Asti, E. G., Widodo, & Ayuningtyas, E. A. (2021). Keputusan Pembelian Berdasar Persepsi Kualitas Produk dan Ekuitas Merek. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(01), 37–46.
- Bintarti, S., Elise, N., & Nurpatricia, E. (2022). Penetapan Harga Produk dan Penggunaan Dukungan Selebriti Mempengaruhi Komsumen Dalam Keputusan Pembelian Mie Instant Sedaap. *DIMENSI*, 11(2), 246–259.
- Damayanti, N. K. N., & Dewi, N. K. A. T. (2023). Analisis Pengaruh Merek, Harga dan Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Wipro (Studi Kasus Pada CV. Nusantara Liem Djaya). *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 174–180.
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk , Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 75–88.

- Jesica, & Purba, M. L. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ADV 150 ABS (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Indostar Sukses Mandiri Medan). *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(2), 41–50.
- Kurniawan, B., Sutrisno, & Damayanti, L. (2020). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Kabupaten Kendal). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 7(3), 476–486.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31.
- Manullang, A. S. (2020). *Pengaruh Ekuitas Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatra Utara*. Universitas Medan Area.
- Manurung, G., Lie, D., Butarbutar, M., & Inrawan, A. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Survei pada Mahasiswa STIE Sultan Agung Semester VI Tahun Akademik 2016/2017). *Jurnal Maker*, 4(2), 30–39.
- Marlina, L., & Ismunandar. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bima). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(02), 358–362.
- Merya, C., Hernawaty, & Pramono, C. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pakaian Anak Osella

- Kids Matahari Department Store Manhattan Medan). In *Ensiklopedia Education Review* (Vol. 3, Issue 2, pp. 75–80). Jurnal Ensiklopediaku.
- Nilakandi, D. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Merek Oriflame. *Journal of Economics, Business & Entrepreneurship*, 1(1), 1–5.
- Prabhawedasattya, i G. A. P. A., & Yasa, N. N. K. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Preferensi Merek dan Niat Beli Konsumen pada Produk Iphone di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 2(11), 1525–1551.
- Pramularso, E. Y. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125. *Jurakunman*, 15(1), 56–63.
- Puspita, V. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Bank BRI Cabang S.Parman Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 3(1), 41–50.
- Rizan, M., & Arrasyid, H. (2008). Analisis Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Sepeda Motor di Bekasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 12(2), 129–147.
- Sasono, E., & Nikmah, U. (2021). karakteristik Merek dan Karakteristik Pelanggan Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Mie Sedaap di Kabupaten Semarang). *Jurnal STIE Semarang*, 13(2), 1–17.
- Yulia, Arizona, N. D., & Wong, Vi. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Pada Keputusan Pembelian Smartphone I Phone XS Max di Indonesia. *Jurnal Produktivitas*, 7, 10–22.