

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Monavvarian., and Naser Asgari, (2015). Studying The Effects Of Brand Equity on The Consumers Responses In The Service Markets. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. 3(3): 1-18.
- Aditya Rafif. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Efikasi Diri Locus Of Control Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Esa Unggul Dengan Lingkungan Keluarga Sebagai Pemoderasi. Skripsi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Esa Unggul: Jakarta.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amelia, W. R. (2017). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN BERINGIN INDAH PEMATANG SIANTAR*. 4(1), 50–60.
- Aries Susanty., and Eirene Kenny, (2015). The Relationship between Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty on Coffee Shop: Study of Excelso and Starbucks. *Journal Asean Marketing*. 3(1): 14-27.
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1), 1–6.
- Fure, F., Lapian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 367–377.
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunnarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 180–187.
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2006). What Makes a Great Customer Experience. Cranfield Customer Management Forum.
- Kertajaya, Hermawan. (2007). *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khotimah, K., & Afif, N. C. (2016). *DEVELOPING CUSTOMER EXPERIENCE MODEL TO INCREASE allow the occurrence of competitive differentiation*. 2, 154–158.
- Kotler. P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, P., dan K. L., Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. PT Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.
- Kotler. P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad (2009). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi: bagaimana meneliti & menulis tesis?* Erlangga. Jakarta.
- Kurniawan, Albert, 2011, *SPSS Serba-Serbi Analisis Statistika Dengan Cepat Dan Mudah*, Jasakom, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi

- Terjemahan 12. Jakarta: Indeks.
- Malhotra, N. K. (2004) *Marketing Research: An Applied Orientation* (4th ed.). New Jersey : Person Education.
- Morgono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, Rineke Cipta, Jakarta.
- Paramytha, A., Firdiansjah, A., & Darsono, J. T. (2020). *The Effect of Non-Celebrity Endorsers and Viral Marketing on Purchase Decisions through Brand Images of Mytha Donuts Fruit Products in Malang*. 3(2), 1–8.
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana SimPATI Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 34(1), 138–147.
- Prasetya, Ermawan Galih, Yulianto, E., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mmineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2), 214–221.
- Prastyaningsih, A. (2014). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP REPURCHASE INTENTION (NIAT MEMBELI ULANG) (Survei pada Konsumen KFC Di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 16(1), 84951.
- Putra, Permadi Giardo, (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 48, No. 1, Juli 2017.
- Ramadhan, Y., Ariyanti, M., & Sumrahadi. (2013). Equity Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Pengguna Apple Ihone di Kota Bandung). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy (2014), *The Power of Brand*, PT. GramediaPustakaUtama, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ratri, Lutiary Eka. (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, N. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 17(2), 53–71.
- Sari, R. L., Mandey, S., & Soegoto, A. S. (2016). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1222–1232.
- Samsul, dan Rahman, M. A. (2018). Iklan, Brand Trust dan Brand Image Sebagai Determinan dalam Memilih Kampus UIN Alauddin Makassar. *Assets*, 8(2), 188–204.

- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 1–13.
- Sahetapy, Jeofer Pratama. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal Manajemen*. Vol.1, No.3, Hal. 411-420.
- Schiffman, Leon G and Leslie L. Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. Eight Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Customer Behavior*. Prentice Hall Inc. USA.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung, ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Administrasi*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sumolang, Karina, (2018). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan -Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado Menggunakan Kartu Simpati Telkomsel. *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 1, Januari.
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*, V(1), 35–43.
- Soewito, Yudhi. (2013). Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal Ekonomi*. Vol.1, No.3 Juni.
- Soim, F., Suharyono, S., Abdillah, Y. (2016). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 35(1), 146–153.
- Terblanche,N.S. (2009). Customer Experience Interactions,Relationship and Corporate Reputation. *Journal Of General Management*.
- Tresna, Gede, *et.al.* (2018). Pengaruh Brand Equity dan Consumer Satisfaction pada Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen Unud*. ISSN: 2302-8912
- Wijaya, N. D., Sunarti, dan Pangestuti. (2018). PENGARUH GAYA HIDUP DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 55(2).
- Wulandari, D. A., Oktafani, F., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Situs Online Berrybenka.com). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5343.