

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press, Maxwell Macmillian International.
- Angkie, N. S., & Tanoto, S. R. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Pada Brand Fashion Zara, H&M, PULL&BEAR, Dan STRADIVIRUS Di Surabaya. *AGORA*, Vol : 7. No : 1.
- Ari, S. A., Fauzi, A. & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 55, No.2.
- Arikunto. (2013). *Metodologi Penelitian, Suatu Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Durianto, D. S. & T. Sitinjak. 2007. *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dewi, M. M. (2017). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality of Brand, Brand Association, Brand Loyalty, dan Brand Image Terhadap Brand Equity Erigo Menurut Mahasiswa di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 6 ,No. 2.
- Elyardi, A. H., & Magnadi, R. H. (2014). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Dampaknya Pada Ekuitas Merek Mie Sedaap Di Kota Semarang. *Diponegoro Jurnal Of Management*, Vol. 3, No. 4. Hal 1-14, ISSN : 2337-3792 <http://ejurnal-sl.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ermawati, P. W., Sudiro, A., & Khusniyah, N. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Ekuitas Merek pada Pelanggan Hypermarket di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*, vol 14, no 2.
- Fahri, A., & Dr. Imanuddin H. (2018). Pengaruh Brand Equity Teh Botol Sosro Terhadap Proses Keputusan Pembelian Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, Vol.5 No.1.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Cetakan IV)*.BP UNDIP
- Ghozali, Imam. (2008). *Model Pemaparan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Progam Amos 16.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2010). *Aplikasi Analisis Multivariaete Dengan Program SPSS*. Semarang: Edisi II Universitas Deiponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi analisis multimedia dengan progam IBM SPSS 20*.

- Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro
- Godey, Aiketerini, Daniele Pederzoli, Joonas Rokka, Gaetano Aiello, Raffaele Donvito, And Rahut Singh. (2016). Social Media Marketing Efforts OF Luxury Brand : Influence On Brand Equity And Consumer Behavior. *Jurnal Of Bussines Reseach*, JBR_09187; No of Pages 9.
- Gunelius, Susan. (2011). 30 Minute Social Media Marketing. United States : McGraw Hill.
- Hariyanto, W. F., Djaja. S., & Sudikin. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Motor Honda Beat Di Dealer Garuda Motor 1 Kecamatan Gambiran Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi ISSN : 1907-9990 | E-ISSN : 2548-7175*, DOI : 10.19184/jpe.v12i1.6468.
- Irzandi, M. A. H., Suharyono., & Arifin, Z (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*, Vol. 51, No. 1.
- Kotler, P and Keller K. (2012). *Marketing Management 14 th Edition*. New Jersey: PrenticeHall.
- Kurniawati, R. S. (2018). Pemasaran media social. *Among makarti*, vol 11 no 21.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Marketing, Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.CO Donuts & Coffee Semarang. *Diponegoro Jurnal Of Social And Politic* ,Hal 1-7.
- Kurniawan, D. & Hongdiyanto, C. (2017). Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Natural'z. *PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol : 2, No, 4.
- Lesmana, F. (2016). The Impact Of Social Media MArketing Activity Toward The Increase Of Consumer's Equity And Purchasing Intention To The Product Of Brand Fashion Rabbani. *Jrunal Ekonomi dan Bisnis*.
- Liwe, F. (2013). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kenthucky Freed Chicken Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 4 Hal. 2107-2116.
- Mileva, L., & DH Ahmad Fauzi. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 58, No. 1.
- Muzaqqi, A., Fauzi, A., & Suyadi, I.. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 31, No 1.

- Neti, S. (2011). "Social Media And Its Role In Marketing." Vol 1. International Journal of Enterprise Computing and Business System.
- Nigam, A. (2011). Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decision : an Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana. *International Journal of computational engineering and Management*, Page : 12.
- Nisha Anupama Jayasuriya, DR. S. Ferdous Azam, Dr. Ali Khatibi, Dr. Halinah Atan & Dr. Isuri Roche Dharmaratne. (2018). The Role Of Facebook Marketing on Customer-based Brand Equity and Purchase Intention in Fashion-Wear Retail Industry, Sri Lanka. *Global Journal OF Management And Business Research: E Marketing*, Vol 18. Issue 7, Version 1.0.
- Prajnagaja, S. D. (2015). *The effect of brand equity on the purchase decisions of consumers through brand preference Sony brand televisions in the city of Pekanbaru*. Jom FEKON Vol. 2 No. 1
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Social Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No.5.
- Putra, S. C. (2017). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Strap Leather King. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 2, No.5.
- Ratana, M. (2018). The Effect Of Social Media Marketing On Brand Equity. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, Vol. 22 No. 1 Hal : 13-28.
- Rani N, Mulyana. (2014). Pengaruh Promosi Media Digital dan Social Media Marketing Terhadap Customer Engagement Studi Kasus Pada Teh Botol Sosro. *Promosi Media Digital*.
- Ratnasari, N. (2016). Pengaruh Social Media Marketing Dan Perilaku Konsumen Online Di Kota Subang Terhadap Brand Story Pada Aplikasi Instant Messenger Line. *Dimensia*, Vol 13, No 1, Page 47-57.
- Rina, S.Q. (2018). Pemasaran Media Social. Theoretical Review, Vol 11 no2.
- Samuel, H., & Kelvin YS. (2018). Promosi Melalui Social Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.12, No.1, Page : 47-52.
- Saputra, R. Y., Paramitha, P. D., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 Di Astra Honda Semarang. *Jurnal of Manajemen*.

- Situmorang, S.H., Mulyono, H, & Berampu, L.T (2018). Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business* | Vol. I No. 02
- Soehadi, (2005) *Effective Branding*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Sucahyo, Y. A. (2017). Pengaruh Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kesadaran Merek, dan Citra Merek Pada Ekuitas Merek Brand Happy Baby. *Junral Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol.2 No. 5*
- Sudirman, A. (2017). Pengaruh Harga Dan Ekuitas Merek Terhadap KEputusan Pembelian Konsumen Pada PT Sinar Siantar Sari Pematangsiantar. *Jurnal MAKER ISSN : 2502-4434*, Vol. 3, No. 1.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujani., & Harjoko, I. E. (2014). Pengaruh Brand Equity Dan Costomer Value Terhadap customer Satisfaction Rumah Sakit. *ISSN : 1411-0393 Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 18, No. 4, Hal 470-486.
- Sukiarti, L., Leonardo B.H., & Haryono, A.T. (2016). Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Merek Terhadap Ekuitas Merek, Hand & Body Lotion Vaseline. *Jurnal of management*, Vol : 2,. No : 2.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. Hal 377
- Sterne, J. (2010). *Social media metrics: How to Measure and Optimize your Marketing investmenet*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Syafrizal H. S., Mulyono, H, & Tawila, L. (2018). Peran dan Manfaat Social Media Marketing bagi Usaha Kecil. *AJEFB-Asian journal of entrepreuner and family bussines*, vol 1 no 2.
- Timpal, N., Lopian S.L.H.V.J., & Rate, P. V. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Attitude Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Nokia . *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol;16. No 1.
- Tjiptono, f. (2011). *Manajemen Merek dn Strategi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Wasil, M. (2017). *Pengaruh Brand Awareness Brand Association dan Perceived Quality*. *Jurnal Forum Ekonomi*, Vol 19 (2).

- Wicaksana, A., Suharjo, & Hidayat, K. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 63, No1.
- Yuliana, Y., & Putra, M. G. (2018). Model Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen SIM CARD. *Jurnal AKRAB JUARA*, Vol. 3 No. 2, Hal: 149-166
- Yansah, N., Wahab, Y., & Syihab, H. M. S. (2018). Analisis brand equity dan keputusan pembelian (studi pada pegadaian syariah dikota palembang). *Jurnal of managemen and bussines reviuw*, vol 15 no 1.
- Zanzabila, R., & Hidayat, R. (2017). Analisis Of Social Media Marketing On Purchasing Decisions Of Bandung Techno Park (Studi on Bandung Techno Park Customers 2017). ISSN : 2442-5829 e-Proceeding of Applied Science , Vol. 3, No. 2, Page 368.
- Zulfikar, A. R., & Mikhrriani, (2017). Pengaruh Social media marketing terhadap brand trust pada followers instagram dompet dhuafa cabang yogyakarta. Vol.1.