

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & McLoughlin, D. (2010). *Strategic market management: global perspectives*. John Wiley & Sons.
- Durianto, D. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, A. M. (2014). *Hasil Cek Turnitin: Metodologi Pemahaman Kontekstual Hadits Ibn Qutaybah dalam Takwil Mukhtalaf al-Hadits*.
- Ghozali, I. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana: Jakarta.
- Keller, K. L., & Sood, S. (2003). Brand equity dilution. *MIT Sloan Management Review*, 45(1), 12.
- Kotler, P. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Education Limited.
- Muzaqqi, A., Fauzi, A., & Suyadi, I. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Sari Apel SIIPLAH di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 31(1), 26–34.
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brands*. Gramedia pustaka utama.
- Saputra, A. (2012). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry. *Universitas Hasanuddin*.
- Simamora, B. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Stacey, R. D., & Griffin, D. (2005). *A complexity perspective on researching organizations: Taking experience seriously*. Taylor & Francis.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca pembayaran: Konsep, Metodologi dan penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Tjiptono, F., Arli, D., & Bucic, T. (2014). Consumer confusion proneness: insights from a developing economy. *Marketing Intelligence & Planning*.
- . 2009. “Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan.” *Jurnal Ecodemica* 4(2): 223.

- Kotler, Philip et al. 2000. *Introducción Al Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Durianto, D. (2013). Conquer strategy equity research through market and brand behavior. *PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta*.
- Durianto, Darmadi. (2011). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan XX. *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama*.
- Durianto, Darmadi, & Sitinjak, T. (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Perilaku Merek*. Gramedia Utama Pustaka.
- Kotler, P. (n.d.). Keller. 2007, Manajemen Pemasaran. *Edisi Ke, 12*.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P. (2004). Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. *Indeks, Jakarta*.
- Kotler, P. (2011). Philip Kotler's contributions to marketing theory and practice. In *Review of Marketing Research: Special Issue—Marketing Legends*. Emerald Group Publishing Limited.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*.
- Sugiyono, S. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. *Alfabeta Bandung*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*.
- Arli, D., Cherrier, H., & Tjiptono, F. (2016). God blesses those who wear Prada: Exploring the impact of religiousness on attitudes toward luxury among the youth of Indonesia. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Arli, D., Tjiptono, F., & Porto, R. (2015). The impact of moral equity, relativism and attitude on individuals' digital piracy behaviour in a developing country. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Kartajaya, H., Kotler, P., & Hooi, D. H. (2019a). *Asian competitors: Marketing for competitiveness in the age of digital consumers*. World Scientific.

- Kartajaya, H., Kotler, P., & Hooi, D. H. (2019b). Marketing 4.0: moving from traditional to digital. *World Scientific Book Chapters*, 99–123.
- Kotler, D. P. (2000). Cachexia. *Annals of Internal Medicine*, 133(8), 622–634.
- Kotler, P. (2001). *Marketing management, millenium edition*. Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P. (2003). *Marketing insights from A to Z: 80 concepts every manager needs to know*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114–116.
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: some of my adventures in marketing. *Journal of Historical Research in Marketing*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harker, M., & Brennan, R. (1990). *Marketing: an introduction* (Vol. 1). Prentice-Hall Englewood Cliffs, NJ.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V., Miquel, S., Bigné, E., & Cámara, D. (2000). *Introducción al marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. C., Moreno, R. R., & Paz, M. D. R. (2003). *Marketing para turismo*. McGraw-Hill.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019a). Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit. In *Marketing wisdom* (pp. 139–156). Springer.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019b). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019c). *Marketing 4.0 (Versión México): Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital*. Lid Editorial Mexicana Sa De CV.
- Kusumasondjaja, S., & Tjiptono, F. (2019). Endorsement and visual complexity in food advertising on Instagram. *Internet Research*.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Social marketing: Behavior change for social good*. Sage Publications.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi analisis multivariate dengan SPSS. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, 82–83.
- Ghozali, I. (2006). Analisis multivariate lanjutan dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika: teori, konsep dan aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 50.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*.
- Ghozali, M. L. (2011). *Percikan Samudra Hikmah: Syarah Hikam Ibnu Atho'illah As-Sakandari*. Kencana.
- Imam, G. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, G. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 68.
- Indarto, S. L., & Ghozali, I. (2016). Fraud diamond: Detection analysis on the fraudulent financial reporting. *Risk Governance & Control: Financial Markets & Institutions*, 6(4), 116–123.
- Kotler, P. (1964). Marketing mix decisions for new products. *Journal of Marketing Research*, 1(1), 43–49.
- Kotler, P. (1991). *Kotler on... Management Decision*.
- Kotler, P. (2012). *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V., Miquel, S., Bigné, E., & Cámara, D. (2000). *Introducción al marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Adjane A, A., Anggraeni, A. D., Bisnis, D. I. V. M., & Indonesia, P. P. (2017). *FORUM KEUANGAN DAN BISNIS INDONESIA (FKBI) When Fintech Meets Accounting : Opportunity and Risk Pengaruh Ekuitas Merek iPhone Terhadap Loyalitas Pelanggan Januari 2017 Baterai tahan Lama Gambar 1 Smart Phone Terbaik 2016*. 325–338.
- Franz Adytia Lesmana Ginting. (2008). *Franz Adytia Lesmana Ginting : Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Sony Ericsson Pada Mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Sumatera Utara, 2008 USU Repository © 2008*.
- Harpa Malia Yuna Septia 1, Syailendra Eka Saputra2, S. (2016). *Pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap loyalitas konsumen pada merek azwa perfume di kota padang 1*. jim.stkip-pgri-sumbar.ac.id/jurnal/download/1005
- Maulidiah, F., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). Pengaruh ekuitas merek terhadap

loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 1–8.
<https://media.neliti.com/media/publications/73628-ID-pengaruh-ekuitas-merek-terhadap-loyalita.pdf> Diakses tanggal 16 Maret 2020

Nanda Nuril Ummah. (2019). Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember. *PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOSMETIK WARDAH DI JEMBER SKRIPSI*.