

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2008). *Strategic Market Management*. John Wiley & Sons.
- Adijaya, A. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Oleh Mahasiswa Universitas X. *Adijaya Abraham*, 10(1), 1–5. <https://doi.org/10.32812/Jibeka.V10i1.79>
- Agus, S., & Wahyu, A. K. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Ekuitas Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lionstar Di Mod E R N Marke T Jakarta. *Sriyanto Agus Kuncoro Wahyu Aris*, 4(2), 39–42.
- Bagus, P. T. (2017). Pengaruh Brand Equity Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 39(1), 15–17.
- Dian, S. (2018). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Pada Konsumen Toko Javascloth Mojolaban Sukoharjo) *Disusun*. 43), 1(العدد الحا). *مجلة اسيوط للدراسات البيئية*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hanif, A. (2015). Pengaruh Brand Image, Harga, Atribut Produk, Ekuitas Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumendi Toko Metto Fashion Boyolali. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 39(1), 12–15.
- Mela, S. H. (2016). *Android Samsung Terhadap Minat Membeli Pada Universitas Islam Negeri Android Samsung Terhadap Minat Membeli Pada*.
- Nugraha, A. (2014). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan (Studi Pada Mie Sedaap) Skripsi Program Studi Manajemen – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2014. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 39(2), 105–106. Retrieved From <http://eprints.uny.ac.id/15482/1/full-skripsi.pdf>
- Nujulia. (2015). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 39(1), 35–37.
- Putra, I. D. (2014). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Departement Store. *Irawan Dani Putra*, 39(1), 1–15. <https://doi.org/10.4324/9781315853178>
- Sandy, M. S. (2017). No Title. 13(1), 104–106.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung:

Alfabeto.