

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, D. (2010). *Analisis Pengaruh Elemen-Elemen Brand Equity Produk Kosmetik Shiseido Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta.
- Amirullah, 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang:Bayumedia
- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Asosiasi Industri Minuman Ringan asrim-indonesia.org 15 Agustus 2014 <https://asrim-indonesia.org/profil-asrim/>
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. "Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3". *Majalah Ekonomi, Tahun XVII, No. 2* Agustus 2007.
- Buana, F. K. (2013). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Proses Keputusan pembelian Notebook Sony Vaio di Kota Bandung*. Universitas Telkom Bandung.
- Boonwanna, P., Srisuwannapa, C., & Rojniruttikul, N. (2014). Brand Equity Affecting Purchasing Decision Process of Doughnut from Teh Department Store in Bangkok. *Proceedings of Annual Tokyo Business Research Conference*.
- Chan Arianis (2010). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung
Vol. 6, No 1
- Danang Sunyoto. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Kedua. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Doostar, M., Abadi, M. K., & Abadi, R. K. (2012). Impact of Barand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Products with Low Mental Conflict. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 10137- 10144.
- Durianto, D., Budiman, L. J., & Sugiarto. (2004). *Brand Equity Ten: Strategy Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Duwi Priyanto.2011. *Buku Saku SPSS, Analisis Statistik Data*. Jakarta: PT Buke Seru
- Fandy, Tjiptono,(2011), *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Firiani Ria (2009). *Pengaruh Brand Image ULTRAMILK Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada Mahasiswa Universitas Widyatama)*. Universitas Widyatama
- Firmantho, A., & Soesaty, Y. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Honda Scoopy. *Jurnal Ilmu Manajemen Vol.1 No.3*, 900-909.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ihwah, A. (2015). Teh Use of Cox Regression Model to Analyze Teh Factors That Influence Consumer Purchase Decision on a Product. *Agriculture and Agriculture Science Precedia*, 78-83.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management-4/E*. New Jersey: Pearson Education.
- Khasanah, I. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 4, No.1*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing-14/E*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management-14/E*. New Jersey: Pearson Education.
- Lukman, M. D. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 10, No.1*, 64-81.
- Massie, P. V. (2013). Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan pembelian XL Mobile Data Service di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol.1, No.4*, 1474-1481.
- Martono, Nanang. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Nigam, A., & Kaushik, R. (2011). Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decisions: An Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana. *International Journal of Computational Engineering & Management, Vol. 12*, 121-128.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. ANDI
- Ramadhanto, R. (2014). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Peter Says Denim di Kota Bandung*. Universitas Telkom Bandung.
- Rangkuti, F. 2008. *The power of brands, Tehnik mengolah Brand Equity dan strategy perkembangan merrek + analisis kasus dengan SPSS*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan. (2010). *Dasar-dasar Statistika* Bandung : Alfabeta.
- Muhammad Romadhoni. (2015) .Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. (2011). *SPSS Vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat
- Sarwono, Jonathan. (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Sarwono, Jonathan. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior-10/E*. Boston: Pearson.
- Sejarah The Botol Sosro <http://www2.sosro.com/in/sejarah-perusahaan>,
- Setiawan, Yahya. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image Terhadap Loyalitas di Hotel Syariah Arini Solo”. Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R.D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Yee, C. J., San, N. & C. Khoo, C. H. (2011). Consumers' Perceived Quality, Perceived Value and Perceived Risk Towards Purchase Decision on Automobile. *American Journal of Economics and Business Administration*, 47-57.

