

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, D. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Abadi.
- Amalia, T. N. (2016). PENGARUH BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU ADIDAS . *Jurnal ekonomi dan bisnis telkom university*, 1-100.
- Armstrong, P. K. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, P. K. (2014). *Principle of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Asnawi, A. (2009). Analisis Literatur Hubungan Private Label Kesadaran Merek dan Citra Merek dan citra merek dan penerapannya dalam industri hipermarket.
- Azizah, N. (2018, Juni 12). *Belanja Tanpa Uang Tunai Makin Disukai Konsumen*. Dipetik 12 17, 2018, dari [www.republika.co.id:https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/18/06/13/pa7348370-belanja-tanpa-uang-tunai-makin-disukai-konsumen](http://www.republika.co.id:https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/trend/18/06/13/pa7348370-belanja-tanpa-uang-tunai-makin-disukai-konsumen)
- Baack, K. E. (2014). *Intergrated Advertising, Promotion dan Marketing Communication*. London: Pearson Education.
- Belch, G. E. (2009). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Bungin, B. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta ilmu sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Danibrata, A. (2011). PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION TERHADAP BRAND EQUITY. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 25.
- E.Baack, K. E. (2014). *Intergrated Advertising, Promotion dan Marketing Communication*. London: Pearson Education.
- eka, d. s. (2015). *Manajemen pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS.
- Eka, R. (2016, 12 08). *OVO dan Evolusi Layanan Pembayaran Mobile*. Dipetik 09 14, 2018, dari [dailysocial.id: https://dailysocial.id/post/ovo-dan-evolusi-layanan-pembayaran-mobile](http://dailysocial.id:https://dailysocial.id/post/ovo-dan-evolusi-layanan-pembayaran-mobile)

- Eka, R. (2017, September 18). *OVO Resmi Dapatkan Lisensi E-Money (Update)*. Dipetik Desember 17, 2018, dari DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/ovo-lisensi-e-money>
- Fadillah, F. F. (2018, 03 29). *Kementrian Keuangan RI*. Dipetik 12 30, 2018, dari Sudah Saatnya Beralih ke E-money, Alat Pembayaran Zaman Now: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/sudah-saatnya-beralih-ke-e-money-alat-pembayaran-zaman-now/>
- Hartoyo, S. (2013). *Persepsi, Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Dan Lembaga Penyedia Jasa Terhadap Pembayaran Non Tunai*. Bogor: www.bi.go.id.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Jamaludin, F. (2018, Februari 19). *APJII sebut pengguna internet Indonesia tahun 2017 capai 143,26 juta jiwa*. Dipetik 12 17, 2018, dari [www.merdeka.com](http://www.merdeka.com) : <https://www.merdeka.com/teknologi/apjii-sebut-pengguna-internet-indonesia-tahun-2017-capai-14326-juta-jiwa.html>
- Kartajaya, H. (2010). *The Official MIM Academy Coursebook: Brand Operation*. Jakarta: Erlangga.
- Keke, Y. (2013). *Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Brand Awareness*.
- Keller, K. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Fourth Edition Harlow*. USA: Pearson Education.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. New Jersey: Pearson.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management*. United States: Pearson.
- Keller, P. K. (Marketing Management). 2016. United States: Pearson Education.
- Kertajaya, H. (2013). *The Official MIM Academy Coursebook: Brand Operation*. Bandung: Esensi Erlangga Group.
- Kurniawati, D. (2010). *ELECTRONIC MONEY (E-MONEY)*. *Academia.edu*, 1-13.
- Lane, P. K. (2013). *Marketing Management (Pearson Horison Edition)*. England: Pearson Education.
- Mongkol. (2014). *Integrated Marketing Communication to Increase Brand Equity: The Case of a Thai Beverage Company*. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 445-448.

- Morrissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Nabilah, F. F. (2018, 03 29). Dipetik 10 04, 2018, dari Kementrian Keuangan RI: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/sudah-saatnya-beralih-ke-e-money-alat-pembayaran-zaman-now/>
- Philip Kotler, G. A. (2010). *Principles of Marketing (Thirteenth Edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rangkuti, F. (2009). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia.
- Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV DANI OFFSET.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Bandung: CV Alfabeta.
- Surjaatmadja, S. (2008). *Dasar Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Syahputra, A. w. (2013). *The Effect of Intergrated Marketing Communication Brand Equity Of Authorized Automotives Companies in Indonesia*.
- Thamrin Abdullah, F. T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: DANI OFFSET.
- Tulasi, D. (2013). *MARKETING COMMUNICATION DAN BRAND AWARENESS. Humaniora, 2*.
- Wijarnako, S. &. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Mizan Publika.
- Zebhua, F. (2017, Oktober 26). *Laporan DailySocial: Survei E-Money di Indonesia 2017*. Dipetik 12 17, 2018, dari [dailysocial.id: https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-e-money-di-indonesia-2017](https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-e-money-di-indonesia-2017)