

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A David. 1991. *Managing Brand Equity*, New York: Free Press.
- Adam, Muhammad, Amir dan Sameen Naseer Akber. 2016. *The Impact of Brand Equity on Consumer Purchase Decision of Cell Phones*.
- Akhtar, Naem, Qurat-UI-Ain, Umer Iqbal Siddiqi, Amna Ashraf, Muniba Latif. 2016. *Impact of a Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L'Oreal Skincare Products*.
- Alicia, Meika. 2014. Analisis Kinerja *Storytelling* Terhadap *Brand equity* pada Produk Minuman Berkarbonasi Merek Coca Cola (Survey pada Komunitas Fan Page Facebook dan Twitter Coca Cola Indonesia @CocaCola\_id). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Anggori, Diyan, Gebby. 2018. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Melalui Ekuitas Merek sebagai Variabel Intervening. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Bryan, A. (2011). *The New Digital Storytelling*. USA: ABC-Clio.
- Chiu, Hung-Chang, Yi-Ching Hsieh, Yi-Chu Kuo. 2012. *How to Align your Brand Stories with Your Products*. Journal of Retailing.
- Dahlen, M., Lang F., & Smith, T 2010. *Marketing Communication: a Brand Narrative Approach*. West Sussex: Jhon Willey & Sond ltd.
- Denning, Stephen. 2004. *The Leader's Guide To Storytelling*. Jossey-Bass.
- Denning, Stephen. 2006. *Effective Storytelling*. Journal Strategy and Leadership. Vol 34 no. 1
- Durianto, Darmadi (2013). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Frog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchetter, S. (2010). *Storytelling Branding in Practice*. Frderiksber: Samfunds Litteratur Press.

- Jati, Benedictus, Prastowo. 2019. Analisis E-Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Traveloka. Universitas Telkom.
- Kotler, Philip., Manajemen Pemasaran. Edisi 11 Jilid 1 dan 2. Jakarta. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke Tiga belas. Dialihbahasakan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. Gerry Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, Seonjeong, Ally dan Miyoung Jeong. 2016. *Role of Brand Story on Narrative Engagement, Brand Attitude and Behavioran Intention*.
- Marwati, Sofa, Drs. Wahyu Hidayat M.Si, Sari Listyorini S.Sos, M.AB. 2014. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Ekuitas Merek (Studi pada Mahasiswa Pengguna Blackberry di Universitas Diponegoro Semarang).
- Melissa. 2014. Penggunaan *Storytelling* dalam Proses Terjadinya Word Of Mouth Pada Kampanye Produk Indomie Versi “Cerita Indomie”. Universitas Indonesia.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke 12. Bandung: Alfabeta.
- Pan, Lee-Yun. Kuan-Hung Chen. 2019. *A Study on the Effect of Storytelling Marketing on Brand Image, Perceived Quality, and Purchase Intention in Ecotourism*. Journal Business Administration. Ekoloji 28(107): 705-712(2019).
- Prajapati, Maulik, C dan Asish Makwana. 2017. *Impact of Brand Equity on Consumer Purchase Deciiion of Dairy Products*
- Pravitaswari, Nirakatrienna., Zainul Arifin dan M. Kholid Mawardi. 2018. Pengaruh *Storytelling* Marketing terhadap *Brand equity* dan Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Pradipta, Dicho, Kadarisman Hidayat, Sunarti. Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Pembeli Kartu Perdana Simpati Telkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 di Universitas Brawijaya Malang).

Primatika, Azizah dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2018. Analisis Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Ekuitas Merek sebagai Variabel Intervening pada Produk Nescafe di Kota Semarang.

Robiady, Nurlita, Devian. 2016. Pengaruh Teknik Deskripsi *Storytelling* Terhadap *Customer Engagement* dan Keberhasilan *Crowdfunding* (Studi Kasus Kitabisa.com)

Suharyani, Komang. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA.