

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2018). *Managing Brand Equity*. New York, NY: The Free Press.
- Bougenville, A., & Ruswanti, E. (2018). Brand Equity on Purchase Intention Consumers' Willingness to Pay Premium Price. *IOSR Journal of Economics and Finance*.
- Chakraborty, U. (2019). The impact of source credible online reviews on purchase intention: The mediating roles of brand equity dimensions. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Damiati. (2017). *Perilaku Konsumen, edisi ke-1*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Gani, I. d. (2015). *ALAT ANALISIS DATA Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial, Edisi 1*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Grewal, D. &. (2016). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Gunawardane, N. R. (2015). Impact of Brand Equity towards Purchasing Desition: A Situation on MobileTelecommunication Services of Sri Lanka. *Journal of Marketing Management (JMM)*.
- Harman Malau, P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hendryadi., S. &. ( 2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan BIsnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, Bowen, & Makens. (2016). *Marketing Management*. pearson: 7th edition.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing 15th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education,Inc.
- Lee, J. G. (2019). Understanding purchase intentionof university students towardsskin care products. *PSU Research Review*.
- Omorogebe, & Omorodin. (2017). Brand Equity and Purchase Intentions among Mobile Phone users in Benin City. *marketing management*.
- Parker, B. (2015). The Influence of Brand Equity on Consumer Response toward Environmental Product Advertisements. *Studies in Media and Communication*.
- Priansa., D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. .Bandung: Alfabeta .
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta : Andi.
- Rangkuti, F. (2016). *Riset Pemasaran*. jakarta : PT GRAMEDIA.
- Riduwan, Kuncoro, & Achmad., E. (2017). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur) (Cetakan:3)*. BANDUNG: ALFABETA.

- S M, S., Adeel, M., Hanif, F., & Khan, M. (2016). The Impact of Brand Equity on Purchase Intentions with Moderating Role of Subjective Norms. *Universal Journal of Industrial and Business Management*.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: KENCANA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. . Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data. Edisi kedua*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Strategik edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.