

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2014) *Building Strong Brands*. (A. Baderi, Trans.) Bumi Aksara, Jakarta.
- Abdullah dan Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Penerbit C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Ashrafi et al., (2012) *Brand Equity, Journal of Accounting & Management Innovation*, (Online), 2 (2), July 2018, (<https://ejournal.medan.uph.edu/index.php/jam/article/download/213/82>), diakses 1 Juni 2021.
- Dicho Pradipta, Kadarisman Hidayat, dan Sunarti Sunarti. (2016) Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis*. (Online), Vol. 34 No. 1, (<http://media.neliti.com/media/publications/86887-ID-pengaruh-brand-equity-terhadap-keputusan.pdf>), diakses 2 Juni 2021.
- Fredy Rangkuti. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hafid, Haeruddin, dkk. (2018) *The Influence Of Brand Equity Toward Indonesian Prepaid SIM Card Customers' Purchase Decision* STIE Muhammadiyah Mamuju, Universitas Telkom, Universitas Pendidikan Indonesia. Dalam *jurnal The 9th International Conference SCBTI*, 01.
- Irzandy, Mas Aga Haris, Suharyono, dan Zainul Arifin. (2017) Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian: Survei Pada Pengguna Kartu Perdana Simpati Khusus Internet di Grapari Telkomsel Cabang Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 51, (1) Oktober 2017.
- Kotler. (2013) *Prinsip-Prinsip Pemasaran dan Produk*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. (2012) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2013) *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Erlangga, Jakarta.

- Maula, Nur Indah Rahmawati. (2018) Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Pada Outlet Elzatta Purwokerto. *Skripsi*, Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2021) Top *Brand* Lima Operator 2020 Versi nPerf. (Online), (<https://tekno.kompas.com>), diakses 17 Mei 2021.
- Schiffman dan Kanuk. (2012) Tingkat Pengambilan Keputusan Pembelian, (Online), (<https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>), diakses 26 Mei 2021.
- Silviana Sofiani. (2018) Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone: Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana. (Online), Vol. 18, No. 2, (<http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/IMB/article/>), diakses 2 Juni 2021.
- Sugiyono. (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Populasi dan Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, Pengukuran Skala*, PT Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2017) Pengertian Sumber Data Primer dan Data Sekunder, (Online), (<http://eprints.umg.ac.id>), diakses 27 Juni 2021.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Teknik Pengumpulan Data*, Alfabeta CV, Bandung.
- Tjiptono. (2012) Lima Dimensi Ekuitas Merek, (Online), (<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/artikel/merek/dimensi-ekuitas-merek/lassar-mithal-sharma/>), diakses 2 Juni 2021.
- Tjiptono. (2012) dan Kotler & Amstrong. (2014) Pengertian Keputusan Pembelian, (Online), (<https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>), diakses 24 Mei 2021.
- Top Brand Lima Operator*. (2020), (Online), (<https://tekno.kompas.com>), diakses 18 Mei 2021