

DAFTAR PUSTAKA

Buku referensi:

Kartajaya, Hermawan. 2009. *MarkPlusBasics*. Jakarta. Erlangga Group

Kotler Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Siswanto.2014. Pengantar Manajemen. Jakarta:Bumi Aksara

Sugiyono.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung. ALFABETA, cv

Jurnal:

Alinegoro, Hartono Irwan dan Hastuti Naibaho dan Oliandes Sondakh. 2014. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian (X) S.M.L Di Surabaya*. Jurnal GEMA AKTUALITA. Vol 3, No1.

Anggraeni, Penia dan Putu Nina Madiawati. 2016. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.Traveloka.com. e-proceeding of management*. Vol 3, No 2, p 1880.

Dewi, Ria Yunita dkk. 2017. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Interventing (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com)*. Journal of Management. Vol 3, No. 3.

Hamdani, Nizar Alam dan Maulida Agustianus Zaman. 2017.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express*. Jurnal Wacana Ekonomi. Vol 16 No 02.

Hamidi, Arsyad dan Zainul Arifin dan Wilopo. 2014. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Sepeda Motor Merek Honda di Dealer PT. Nusantara Surya Sakti, Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 10, No. 1.

- Kurniawan, Fachreza Yuli dan Devilia Sari. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Konveksi Inglorious Industries Di Kota Bandung. e-proceeding of management*. Vol 4, No 1, p 735.
- Pengaruh Ekuitas Merek, Kemasan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mr. Big Di Royal Plaza Surabaya*. Vol 1 No 2.
- Pinassang, Andree Weinar dan Susilo Toto Rahardjo. 2017. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. Diponegoro Journal Of Management*. Vol 6, No 4.
- Putri, Vania Dwi Alfiana dan I Gusti Ketut Gede Suasana. 2018. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Starbucks Coffee. E – Jurnal Manajemen Unud*. Vol 7 No 1.
- Suharyani, Komang. 2015. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*. Vol 5 No 1.
- Tamaka, Irvandy. 2013. *Citra Merek, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Daihatsu Di PT. Astra International. Jurnal EMBA*. Vol 1 No 3 p 1317-1328.
- Verina, Eunike dan Edy Yulianto dan Wasis A. Latief. 2014. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook. Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 10, No. 1.
- Wardoyo dan Intan Andini. 2017. *Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. Vol 19 No 1.

Internet:

- Kompas.com (2018). Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143.26 Juta Orang, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19>, Di akses 23 Desember 2018
- Sistem informasi Direktorat Jendral Peraturan Perundang – Undangan, peraturan.go.id, Di akses 04 Januari 2019.