

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Abdullah, Prof. Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ali, H. (2019). Building repurchase intention and purchase decision: brand awareness and brand loyalty analysis (case study private label product in Alfamidi Tangerang). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(09), 623-634.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of brand awareness and social media content marketing on consumer purchase decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5-10.
- Astuti, S., W. dan Cahyadi, I., G. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Majalah Ekonomi* No. 2.
- Chinomona, R., & Maziriri, E. T. (2018). The Influence Of Brand Awareness, Brand Association And Product Quality On Brand Loyalty And Repurchase Intention: A Case Of Male Consumers For Cosmetic Brands In South Africa. *Journal Of Business And Retail Management Research*, 12(1).
- Chiu, W., Cho, H. (2019). E-commerce Brand: The effect of Perceived Brand Leadership on Consumers' Satisfaction and Repurchase Intention on E-commerce Websites. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 12(4), 14-22
- Fadillah, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Merek, Asosiasi Merek, Dan Reputasi Merek, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Sepatu Vans Di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(2), 223-231.
- Fatimah, S. (2014). Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian pelembab wardah pada konsumen Al Yasini Mart Wonorejo. *Sketsa Bisnis*, 1(2).
- Fauzani M, M. Z., & Fadillah, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Merek, Asosiasi Merek, Dan Reputasi Merek, Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Sepatu Vans di Kota bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(2), 223–231.
- Firmansyah, M. A. (2019) *Pemasaran: Produk Dan Merek (Planning Dan Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.

- Fitri, N., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2018). The effect of brand equity on purchase decisions laptop toshiba in magister students faculty economic and business USU. *International Journal Of Scientific & Technology Reseach*, 7(4)
- Ghozali, Imam. (2018). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 24 Update Bayesian Sem (7th Ed)*, Semarang: Undip.
- Hardani, & Andriani, H. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitaif* (Vol. 53, Issue 9).
- Hasan, Ali. 2018. *Marketing dan Kasus- Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hidayat, R. S. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 28-43.
- Ikhsani, K., & Hudaya, A. (2020). Model Niat Pembelian Kembali: Analisis Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek (Studi Kasus Produk Private Label Pada Toko Alfamidi Di Kota Tangerang). *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (Jpmk)*, 1(1), 1-14.
- Inayati, L. S. And Wahyuni, D. U. (2018) 'Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas,Asosiasi Merek, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2461–0593), P. 2. Available At: <https://Ejournal.Stiesia.Ac.Id/Jirm/Article/View/3064>
- Iqbal, R., & Sisilia, K. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Re-Purchase Intention Di Lawless Burgerbar. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176-185.
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1-9.
- Kotler, K., Dan Keller, K. 2016. *Marketing Management (15th Ed)*. Edinburg Gate, Harlow, England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management 14th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli Ulang Konsumen Pada Coffeeville-Oishi

- Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, 2(3), 150-159.
- Lunnette, C., Andreani, F. (2018), Kepuasan Experiential Marketing Terhadap Minat beli Ulang di Gyu Kaku Galaxy Mall, (Online), *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* Vol. 5, No. 2, Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Pather, P. 2018. "Brand Equity As A Predictor Of Repurchase Intention Of Male Branded Cosmetic Products In South Africa", *Business & Social Science Journal*, Vol. 2 No. 1, pp. 1-23.
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1).
- Pertiwi, A. B., & Mahmud, M. (2021). Membangun Keputusan Pembelian Dan Minat beli ulang Produk Scarlett Whitening Melalui Harga, Celebrity Endorser, Dan Citra Merek. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 48-57.
- Pranata, Z., & Permana, D. (2021). Identifying The Role Of Brand Loyalty In The Relationship Between Brand Awareness, Brand Association And Repurchase Intention. *European Journal Of Business And Management Research*, 6(1), 129-133.
- Puspandari, T. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Upaya Peningkatan Brand Awareness Kebab Mantab Frozen Di Jakarta Timur. *Parameter*, 4(2).
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25-29.
- Rani, N. S. A., & Krishnan, K. S. D. (2018). Factors that influence Malay students in purchasing skincare products in Malaysia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(1).
- Ridha, N. (2018). *Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian*. Hikmah, 14(1), 62-70.
- Riduwan (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Santoso, I., Mustaniroh, S. ., & Pranowo, D. (2018). Keakraban Produk dan Minat beli ulang Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(2), 133-144)

- Sari, V. Y., & Gumanti, D. Sumarni, 2018. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat). *Journal of Economic and Economic Education Vol.5 No.2 (199-208)*
- Satriawan, K. A., & Setiawan, P. Y. (2020). The role of purchase intention in mediating the effect of perceived price and perceived quality on purchase decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(3), 38-49.
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat beli ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475-481.
- Silaen, Sofar., 2018., *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, In Media, Bandung
- Somantri, Y. B., & Atmadjaja, L. M. (2019). Analisis Kualitas Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Konsumen Mi Instan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 115-126.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Andi, Yogyakarta
- Sunjaya, F., & Eridansyah, R. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat beli ulang Produk Dunkin' donuts Indonesia. *Prologia*, 3(1), 99-104.
- Sutikno, S. (2020). Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan Assosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Cs Finance Cabang Tangerang). *Jurnal Ekonomi Vokasi*, 3(1), 49-65.
- Sya'ban, M. B. F., Apriyanti, A., & Sari, S. L. (2022, October). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat beli ulang Produk Vespa Matic Di Kota Madiun. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Syahrivar, J., & Ichlas, A. M. (2018). The Impact of Electronic Word of Mouth (E-WoM) on Brand Equity of Imported Shoes: Does a Good Online Brand

Equity Result in High Customers' Involvements in Purchasing Decisions?. *The Asian Journal of Technology Management*, 11(1), 57-69.

Tjiptono, 2018, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta

Vazifehdooost, H., & Negahdari, A. (2018). Relationships of Brand Awareness, Brand Association and Perceived Quality with Brand Loyalty and Repurchase Intention. *Case Studies Journal*, 7(1), 45-51.

Verdilla, V., & Albari, A. (2018). Dampak Dimensi Ekuitas Merek Dalam Membentuk Minat beli ulang. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(2), 81-90.

Wibowo, N. (2021). House Of Frozen Food (Perencanaan Pendirian Usaha House Of Frozen Food Di Kota Palembang (*Doctoral Dissertation, Stie Multi Data Palembang*).

Yudhi, S. A., Wirianto, G. N., & Andreani, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat beli ulang Pada Kakkk, Ayam Geprek!!! Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 9(1).