

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). Manajemen Ekuitas Merek. *Mitra Utama*.
- Abdillah, Willy & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
- Ahsan, S. M. H., Azam, M. K. G., Raihan, M. Z., Imam, I. Bin, & Islam, M. N. (2020). Impact of Brand Equity on Consumers Purchase Decision of Smart Phone -A Study on University Students in Chittagong, Bangladesh. *Global Journal of Management and Business Research*, 20(6), 37–41.
- Ahyar, H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. *Pustaka Ilmu Group*.
- Anjani, Y., & Lubis, T. (2022). Pengaruh Harga , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT Citra Van Tiki (Titipan Kilat) Padang Bulan Medan. *Penelitian Ekonomi Manajemen*, 2(2), 59–71.
- Arief, A. P., & Widagdo, H. (2022). *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Hp Oppo Di Kota Palembang*. 12(1), 96–101.
- Aripin, Z. (2021). *E-Business Strategi, Model, dan Penerapannya*. Deepublish.
- Ariwangsa, I. W., & Mahyuni, L. P. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepuasan Nasabah, Citra Perusahaan, Dan Ekuitas Merek Terhadap Preferensi Merek Bank Bpd Bali. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 410-420.
- Armanto, R., & Gunarto, M. (2021). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Telepon Seluler dengan Citra Perusahaan dan Ekuitas Merek sebagai Variabel Eksogen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(3), 41–52.
- Ayu, I., & Wulandari, L. (2022). Peran Kesadaran Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Ekuitas Merek Pada Pelanggan Jasa Kurir JNE. *E-Jurnal Manajemen*, 11(5), 1029–1048.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. *Widina Bhakti Persada Bandung*, 130.

- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *Binus*.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding*. Rajawali Pers.
- Chandra, T., Chandra S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis. *CV.IRDH*.
- Chong, D. (2021). Influence of Purchase Decision: Analysis of Logo, Product Quality and Company Image. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(4), 256–266.
- Chusniartiningsih, E. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 7(1), 85–95.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Djohan, A. J. (2016). Manajemen dan Strategi Pembelian. *Media Nusa Creative*.
- Fauzan, R., Daga, R., & Sudirjo, F. (2023). Produk Dan Merek. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2020). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hardi, M., & Seri, S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pengguna Jasa PT. Giant Transporter Indonesia Medan. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen dan Sumberdaya*, 1(1), 69–72.
- Harys. (2020). Penelitian Kuantitatif. *Jakarta: PT. Rineka Cipta*.

- Hawa, S. D., & Syauqi, A. (2022). Peningkatan Ekuitas Merek pada Produk Layanan Transaksi Digital m-BCA. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 3(1), 39–43.
- Hikmawati, F. (2017). Metodologi Penelitian. Depok : Gaja Grafindo.
- Idrus, S. A. (2021). Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian. *Media Nusa Creative (MNC) Publishing*.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. *Unitomo Press*.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrianti, C., Aulawi, H., & Basit, A. (2020). Analisis Kepercayaan Merek Online, Keterikatan dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Wacana Ekonomi Lestari*, 20, 144-157.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent : Teori dan Praktik. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kharisma, D., Mursito, B., & Hadi, S. (2020). Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Surakarta Ditinjau Dari Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah (Smooting)*, 18(3), 289-290.
- Kirana, E. K. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi (Studi Pada Konsumen Jalur Nugraha Ekakurir). *Manajemen Bisnis*, 8(1), 37–46.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. Edition New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kusuma, P. P. D., Ekawati, N. W., & Yasa, N. N. K. (2022). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli. *Klaten: Penerbit Lakeisha*.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Manuaba, L. A., & Rahmadana, M. F. (2021). Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi (Sebuah Tinjauan Perspektif Pasar). *Nilacakra*.
- Martono, N. (2015). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

- Maulana, B., & Hidayat, M. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Desa Lembah Mbencirang Gondang. *Prosiding SNABM 1th 2022*, 1(1), 181–192.
- Musfar, T. F. (2021). Manajemen Produk Dan merek. *Jawa Barat : Media Sains Indonesia*.
- Nguyen, V. T., Tran, T. H. D., & Ngo, T. X. B. (2022). The Influence of Brand Equity on Customer Purchase Decision: A Case Study of Retailers Distribution. *Journal of Distribution Science*, 20(2), 11–18.
- Nitamia, M. T., & Februariyanti, H. (2022). Analisis Sentimen Ulasan Ekpedisi J&T Expres Menggunakan Algoritma Naive Bayes. *Jurnal Manajemen Informatika & Sistem Informasi (MISI)*, 5(1), 20–29.
- Nitamia, M. T., & Februariyanti, H. (2022). Analisis Sentimen Ulasan Ekpedisi J&T Expres Menggunakan Algoritma Naive Bayes. *Jurnal Manajemen Informatika & Sistem Informasi (MISI)*, 5(1), 20–29.
- Nurdin, I., (2019). Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur Dan Komunikasi Birokrasi Dalam Pelayanan Publik). *Media Sahabat Cendekia*.
- Nurjanah, R., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 40-53.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. *Sibuku Media*.
- Oktina, D. A., Sari, E. S., Intan Angelina Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi Csr (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Pt. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Competence : Journal of Management Studies*, 14(1), 184–202.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2012). Metode penelitian Kuantitatif. *Widya Gama Press Stie*.
- Purboyo., Fauziah., & Zatira, D. (2021). Lembaga Keuangan Bank & Non Bank. *Penerbit Widina*.
- Putri, D. E., Sudirman, A., & Suganda, A. D. (2021). Brand Marketing. *Penerbit Widina*.
- Ramadhayanti, A. (2019). Pengaruh Akuisisi Grab kepada Uber dan Citra Perusahaan (Corporate Image) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

- Transportasi Online (Studi Kasus Masyarakat Pertambangan Pengguna Jasa Transportasi Online). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, XV(September), 178–191.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*. Yogyakarta : CV. Andi.
- Rianto, J. (2023). *Semua Tentang Merek*. Nas Media Pustaka.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Saputro, widyanto aji, & Laura, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian yang Di Moderasi Oleh Citra Perusahaan. *Media Manajemen Jasa*, 8(2), 1–11.
- Sari & Yasa. (2019). Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com. *Klaten : Lakeisha*.
- Setiawan, N. (2019). *Metodologi Penelitian : Pengolahan dan Analisis Data*. Inspektorat Jenderal Departemen Pendidikan Nasional.
- Sihombing, Y. A. (2022). *Loyalitas Pasien : Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image*. Penerbit NEM.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bandung : In Media.
- Sinambela, A. E., Retnowati, E., Puji Lestari, U., Munir, M., & Sunan Giri Surabaya, U. (2022). Pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 17–25.
- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadir Logistik Cargo. *SENMABIS: Conference Series*, 1(1), 83–95.
- Stephen, P., & Robbins, T. A. J. (2015). *Organizational Behaviour* 15th edn. Pearson.
- Subantoro, B., & Wahyuati, A. (2019). Pengaruh kualitas layanan, harga, citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan Grab di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Sugianto, L. O. (2020). *Model Pengembangan Citra Perusahaan*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM)Banten.

- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sumiati., Rosita. N. H., & Yulianti, I. (2016). *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Sundari, E. (2021). Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru). *Penerbit Adab*.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 42-53.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tonce, Y., & Ranga, Y. D. P. (2022). Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus). *Penerbit Adap*.
- Tresna, P. W., Chan, A., & Herawaty, T. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee). *AdBispreneur*, 6(1), 1.
- Triandewo, M. A., & Yustine, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 22(1), 13–24.
- Vogt, W. (2015). *Structural Equation Modeling*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Vuong, T. K., & Bui, H. M. (2022). The role of corporate social responsibility activities in employees' perception of brand reputation and brand equity. *Case Studies in Chemical and Environmental Engineering*, 7(November 2022), 100313.
- Waluyo, M. (2016). Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM). *Upn "Veteran" Jatim*.
- Wisnawa, M. B., Kartimin, W., & Hartini, N. M. (2022). *Brand Dan E-Marketing Pariwisata*. Deepublish.
- Yodha, S., Abidin, Z., & Adi, E. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelaksanaan E-Learning Dalam Mata Kuliah Manajemen Sistem Informasi Mahasiswa Jurusan Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Malang. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 2(3), 181–187.

Yolanda, A., Nurismilida., & Sari, R. A. (2021). Peranan Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Perusahaan. *Cattleya Darmaya Fortuna*.

Yunia, W. (2016). Pemasaran Jasa Realitas di Indonesia. *SUKABINA PRESS*.

—————. (2021). Pedoman Penyusunan Skripsi. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus*.

<https://www.jet.co.id>. Diakses pada 31 Mei 2023.

