

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker dan Biel. (1993). *Brand Equity and Advertising : Advertising's Role in Building Strong Brand*.
- Aaker, A. David. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama
- Agatha, C., & Widiartanto, W. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND LOVE TERHADAP BRAND LOYALTY (STUDI PADA PEMILIK MEMBERSHIP CARD ORYZA GYM SEMARANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 50-59.
- Amalia, K. and Santika (2013) *Sejarah Perusahaan Apple, Apple Inc*. Wiki iDu Raharja iLearning. Diambil dari: https://widuri.raharja.info/index.php?title=Apple_Inc (diakses pada 14 Desember 2022).
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Best Roger J, Coney Kenneth A, Hawkins Dei I. (2001). *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy*, McGraw-Hill Higher Education, New York, USA.
- Daniel, Moehar. (2002). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Djaslim, Saladin. (2003). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Penerbit CV. Linda Karya, Bandung.
- Edy Sutrisno. (2010). *Manajemen Sumber daya Manusia*. Jakarta Kencana Prenada Media Group
- Esterberg, Kristin G. (2002). *Qualitative Methods Ins Social Research*, Mc Graw Hill, New York
- Ghozali, Imam. (2009). “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang. UNDIP.
- Keller, L. (1993). *How to manage brand equity*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. (2001). *Marketing management, millenium edition*. Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Karen F.A. Fox. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions 2nd Editions*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : PT. Indeks.
- Low, G. S., & Lamb Jr, C. W. (2000). The measurement and dimensionality of brand associations. *Journal of product & brand management*, 9(6), 350-370.
- Low, G.S dan Lamb, Ch.W. (2004). "The Measurement And Dimensionality of Brand Association", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 9 No.6, pp.350-368.
- Musay, Fransisca Paramitasari. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Pandu'u, Shyntia Devi. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian iPhone studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen & strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, B. S., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel (Studi Pada Pengunjung Di Event-Event Kampus). *Journal of Management*, 3(3).
- Rambat, Lupiyoadi. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sarwono, J., (2007): *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*, Andi, Yogyakarta.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behaviour 7 th Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya
- Universitas STEKOM (2015) *Steve Wozniak, Ensiklopedi Dunia*. Universitas STEKOM. Diambil dari: https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Steve_Wozniak (diakses pada: December 14, 2022).
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN JINGLE IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARI ROTI''(Studi pada Konsumen Sari Roti di Semarang)/64/adbis/2020* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).
- Wijaya, A., Damayanti, D., & An'ars, M. G. (2022). *Rancang Bangun Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (Simpeg) Berbasis Web (Studi Kasus:*

Pt Sembilan Hakim Nusantara). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 77-82.

Wijaya, S. (2016). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE NOKIA (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Unpas).