

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Agusti, Mohamad. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 Cc di Bojonegoro. *Skripsi*. UNTAG.
- Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Agus, Soehadi. (2005). *Effective Branding*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghori, 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.
- Assauri, Sofyan. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Raja Grafindo.
- Aziz, Abdul. (2018). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Pembelian Smartphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Skripsi*. UMPO.
- Basu, Swastha dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Cooper, Donald R. Dan Pamela, S Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- El Fikri, Miftah, dkk. (2018). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk AC Mitsubishi. *Penelitian Mandiri*. Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Surabaya: Qiara Media.
- Hawkins and Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (11th ed.)*. Mcgraw-Hill/Irwin: New York.
- Irfanudin, Ahmad Maulana. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus PT Kreasi Mas Indah). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(3), 237-247.
- Kim, H. H and Kim, W. G. (2005). The Relationship Between Brand Equity and Firm's Performance in Luxury Hotels and Chain Restaurants. *Tourism Management*, 26(4), 549-559.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Mowen. John C. And Michael Minor. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nurhayani. (2017). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Motor Honda Pada PT Citra Megah Sentosa Anyer. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 126-137.
- Nuthqiyah, Ifshohin. (2016). Persaingan Bisnis Ritel antara Indomaret dan Alfamart dalam Perspektif Marketing Mix (Studi Kasus di Genuk Kota Semarang). *Skripsi*. UIN Walisongo Semarang.
- “Pasang Surut Industri Elektronika di Indonesia” (diakses 3 Februari 2022)
<https://www.wartaekonomi.co.id/read172693/pasang-surut-industri-elektronika-di-indonesia.html>
- Pramitadewi, Yuniska Hari. (2009). Pengukuran Kesadaran Merek (Brand Awareness) pada Produk Madurasa PT Air Mancur. *Skripsi*. UNS.
- Putri, Seprianti Eka. (2017). Persepsi Konsumen terhadap Bauran Promosi (Promotional Mix) pada Matahari Departement Store Bengkulu. *Management Insight*, 9 (1), 45-54.
- Radhiansyah, Muhammad. (2017). Pengaruh Brand Awareness dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Bedak Marcks di Pasar Petisah Medan. *Skripsi*. UMSU.
- Ramadayanti, Firda. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6 (2), 78-83.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Keenam. Jakarta: Salemba Empat.
- Soliha, Euis dan A, Nurul Fatmawati. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10 (1), 1-20.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sumiati, S., & Mujanah, S. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *AMAR (Andalas Management Review)*, 2(2), 1-10
- Tawe, Eirene. (2015). Perencanaan Manajemen Lingkungan Hidup Gudang Peralatan Elektronik dan Peralatan Rumah Tangga PT JDCL di Sleman. *Skripsi*. UAJY.
- Tjiptono dan Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.