

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. (2008). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Jakarta.
- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of Consumer Expertise. *Journal of Consumer Research*, 13, 411-454.
- Alhaddad, A. A. (2015). The Effect of Advertising Awareness on Brand Equity in Social Media. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 5, 73-84.
- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (1996). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- BPS Kota Bekasi. (2020). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Bekasi 2020*. Bekasi: BPS Kota Bekasi.
- BPS Provinsi Jawa Barat. (2021). *Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2021*. Bandung: BPS Provinsi Jawa Barat.
- Cahyani, K. I. (2015). Pengaruh Brand Awareness dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Management Analysis Journal*, 281-288.
- Cekindo. (2018). *Tantangan Terbesar Pasar Kesehatan Indonesia*. Retrieved from Cekindo: <https://www.cekindo.com/id/blog/tantangan-terbesar-pasar-kesehatan-indonesia>
- Cooper, R., & Emory, C. (1996). *Metode Penelitian Bisnis, Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- DSInnovate. (2021). *Startup Report 2020: Business Resiliency during the Pandemic*. Jakarta: DSInnovate.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Ekawati, S. (2015). Pengaruh *Brand image*, Brand Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Planet Popcorn pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta. *Jurnal Ekonomi*, 414-427.

- Executive Board, 121. (2007). *Health technologies: report by the Secretariat*. World Health Organization. Diambil kembali dari <https://apps.who.int/iris/handle/10665/22966>
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein, U. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 1-22.
- Keller, K. L. (1998). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Nusantarapos. (2021, Maret 1). *Peluncuran Aplikasi Good Doctor, Raisa dan Hamish Daud Jadi Brand Ambassador*. Diambil kembali dari Nusantarapos: <https://nusantarapos.co.id/kesehatan/63744/01/03/2021/peluncuran-aplikasi-good-doctor-raisa-dan-hamish-daud-jadi-brand-ambassador/#:~:text=Di%20kesempatan%20yang%20sama%20dalam,Brand%20Ambassador%20Good%20Doctor%20Indonesia>.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (D. T. Dwiandani, Penerj.) Jakarta: Salemba Empat.
- Prama, N. (2019, Oktober 30). *Halodoc Jadi Aplikasi Populer Untuk Mencari Informasi Kesehatan*. Diambil kembali dari Nextren: <https://nextren.grid.id/read/011902663/halodoc-jadi-aplikasi-populer-untuk-mencari-informasi-kesehatan?page=all>
- Salaka, E. P. (2019). Pengaruh Word of Mouth, *Brand image*, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 136-145.
- Schiffman, G., & Kanuk, L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Selnes, F. (1993). An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty. *European Journal of Marketing*, 27(9), 19-35.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Top Brand. (2021, 05 07). *Metodologi Survei*. Diambil kembali dari Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/metodologi-survei/>
- Top Brand. (2021). *Top Brand Index Aplikasi Kesehatan Online*. Diambil kembali dari Top Brand Award: [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=halodoc](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=halodoc)
- Umama, H. A. (2017). Pengaruh Brand Awareness dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Telkomsel (Studi Masyarakat di Kota Serang Provinsi Banten). *Jurnal Manajemen*, 138-153.
- Yaphyaputra, V. (2018). Pengaruh Brand Awareness dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sealantwax di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 138-145.