

DAFTAR PUSTAKA

- Alfionita, C. M., Suharyono, & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Ekuiatas Merek Terhadap Kepuasan Pembelian (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone di Counter Handphone MATOS). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 178–185. <http://www.oppo.com/id/about-us/>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Harga Dan Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Ariwindi, A. (2012). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Steak (*Studi pada Waroeng Steak and shake, Obonk Steak and Ribs, dan Steak Moen-Moen di Daerah Istimewa Yogyakarta*). *1*(15), 12–53. <https://homecareassistancetracy.com/perkembangan-internet-saat-ini/>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Fitriani, R., & Sugiyono, S. (2018). Perilaku Peduli Lingkungan Pada Siswa Kelas X Sma Muhammadiyah 1 Yogyakarta. *Journal of Culinary Education and Technology*, 7(2).
- Ghozali, I. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kementerian Agama

- Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(1).
- Hamdani, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2021), h.120.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh pemasaran online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Keke, Y. (2015). Komunikasi Pemasaran terpadu terhadap brand awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 2(1), 172–186.
- Laksana. (2021). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). Pengambilan Keputusan Pembelian Produk berdasarkan Ekuitas Merek. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 4(2), 85–98.
- Mariasinta, M. (2019). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mustika, M. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT.Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo

- Makassar. *Journal of Business and Management*, 2(1).
- Oktaviani.J. (2018). *Communication Mix* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Komunikasi*, 51(1), 51.
- Putri Rahmayanti & Bethani Suryawardani. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE Perwakilan Kawalayaan Tahun 2014 Putri Rahmayanti Tambunan dan Bethani Suryawardani Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom. *Banking and Management*, 4(2), 2252–8520.
- Rachmawati, F. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran terpadu produk usaha kecil dan menengah (UKM) pahlawan ekonomi surabaya. *Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Rofifah, D. (2020). Pengaruh Citra Merek,Pelayana,Pemasaran Keputusan Pembelian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh *Word Of Mouth*, Minat Konsumen Dan *Harga* Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiiri*, 3(2), 14.
- Sciences, H. (2020). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen*, 1–23.
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2018). Pemasaran Melalui Sosial Media, *Brand Awareness, Purchase Intention* Pada Produk Sepatu Olahraga. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52.

<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>

Sinambela, E. A. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bubuk Kemasan. *Management & Accounting Research Journal*, 1(2).

Suprianto, P. S. (2018). Pemasaran Festival Budaya Nyangku Panjalu. *Repository Universitas Pasundan*, 1–51. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/34288>

Sugiyono, (2017) *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : CV. Alfabeta

Sugiyono, (2018) *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : CV. Alfabeta

Widyastut, S. R. I. (2017). *Manajemen komunikasi pemasaran terpadu*. FEB-UP Press.