

DAFTAR PUSTAKA

- Agnesia, T., Rachman, I. A., & Rahayu, F. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pada Produk Pasta Gigi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1541–1550. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14914>
- ALVIONITA, M. (2023). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA DI SHOPEE (STUDI PADA KONSUMEN SOLO RAYA)*. 1–23.
- Amalia, L., & Rahmadhany, S. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek , Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Merek dan Loyalitas Merek Kosmetik Wardah. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 468–479. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.291>
- Andriani, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ekonomi Dan Manajemen*, 1–23.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Arif Fakhrudin, S.E., M.M. Maria Valeria Roellyanti, S.E., M.M. Awan, S.S.T., M. M. (2022). *Bauran Pemasaran*. 81.
- Atmanagara, M. N. H., & Trianasari, N. (2022). Pengaruh Brand Equity Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Di Zalora Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 9(3), 1322–1328.
- Badjamal, F. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(2), 1–11. <https://doi.org/10.31970/trend.v7i2.175>
- Bukhori, M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo*. 1–97.
- DALIMUNTHE, S. J. (2022). PENGARUH LIFESTYLE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 5(2), 130–137. <https://doi.org/10.47532/jis.v5i2.539>

- Damayanti, D., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Purwodadi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 508. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.775>
- DISKANADIA, K. (2021). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Bandung*. 7823–7830.
- Fajri, H. A. (2023). Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restaurant All U Can Eat Oppa Bbq Di Kota *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & ...*, 1, 719–727. <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/sneba/article/view/5496>
- Fauzi, F. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic*, 11(1), 86–95. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>
- Ferliansyah, M. D. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA AKUN INSTAGRAM SOCIOLLA. *Convention Center Di Kota Tegal*, 938, 6–37.
- Firdaus, M. F., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Sandal Merek Eiger. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 1154–1160.
- Gading, P., & Wisnubrata. (2022). *Fenomena Sneakers KW, Model Apa yang Paling Banyak Dipalsukan?* Gading Perkasa, Wisnubrata Tim Redaksi%0A%0AArtikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul %22Fenomena Sneaker KW, Model Apa yang Paling Banyak Dipalsukan?%22, Klik untuk baca: <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/06/21/133724320/fenomena-sneaker-k>
- Goh, A., & Candy, C. (2022). Faktor pengaruh purchase intention pada fastfood Burger King: peran dari brand equity. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(2), 187–202. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i2.4677>
- Gunawan, S. A. D. (2022). Pengaruh Green Marketing dan Brand Equity Starbucks Coffee terhadap Minat Beli Konsumen. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2), 1–4. <http://www.unpcdc.org/media/15782/sustainable> procurement practice.pdf%0Ahttps://europa.eu/capacity4dev/unep/document/briefing-note-sustainable-public-

procurement%0Ahttp://www.hpw.qld.gov.au/SiteCollectionDocuments/ProcurementGuideIntegratingSustainabilit

- Hania Salsabila. (2022). Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Beli Pada Produk Kosmetik Pixy Di Kota Bandung. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Hardani, H., Kurniawan, A., & Warpindyastuti, L. D. (2023). the Influence of Brand Equity, Prices and Promotions on Lifestyle Mediated Purchase Decisions. *Jurnal Scientia*, 12(4), 2048–2058. <http://infor.seaninstitute.org/index.php/pendidikan/article/view/2109>
- Ilham Hadi Nur Yufa, D., & Dwi Lestari, W. (2023). Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.
- Indayani, V. N. & L. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Equity, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Excelso Coffee SunCity Mall Sidoarjo. *Indonesian Journal of Law and Economics Review Vol 18 No 4 (2023)*, 13(1), 1–12.
- Jannah, M., Fatra Deni, I., & Rozi, F. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Satuan Lalu Lintas Kepolisian Resor Tanjung Balai Dalam Meningkatkan Tertib Lalu Lintas. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2691–2698. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.416>
- Kainyu, K. R. (2022). Influence of Celebrity Endorsements on Consumers' Brand Equity: Case Study of Super Brands Companies in Kenya. *East African Journal of Business and Economics*, 5(1), 328–350. <https://doi.org/10.37284/eajbe.5.1.951>
- Kurniaputri, M. R. (2020). Brand Equity dan Labelisasi Halal dalam Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 450. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1200>
- Kurniawan, A., Sumowo, S., & Puspitadewi S, I. (2022). ANALISIS BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember). *Growth*, 20(2), 349. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2020>
- Ladiku, A. T. (2021). *Strategi Pemasaran dalam meningkatkan daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi kasus pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma di Manado)*.
- Marlius, D., & Darma, K. P. K. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Dan Harga

- Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Oppo Pada Toko Faiqah Ponsel Di Ujung Air, Kecamatan Sutera, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. *Jurnal Economina*, 2(1), 1050–1062. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.234>
- Melinia Della Febrianti. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PUSAT OLEH-OLEH GETHUK TAKE KHAS TAWANGMANGU DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. 2005–2003 ,8.5.2017 ,γ787. www.aging-us.com
- Memey, M., & Siagian, H. L. (2019). Pengaruh Brand Positioning Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 49–71. <https://doi.org/10.58303/jtimb.v2i1.2037>
- Muhammad Bahtiar Andika Putra, & Wuryaningsih Dwi Lestari. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Loyalitas Merek Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Iphone Di Surakarta. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(1), 165–172. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i1.842>
- Nadia Alifia Zuhro. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Nurhalim, A. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Tangerang. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 51–59. <https://doi.org/10.37479/jeej.v5i1.15263>
- Padmawati, S. K., & Susanti, A. (2023). Brand Awareness, Brand Loyalty, Brand Association, Dan Perceived Quality Terhadap Customer Loyalty Layanan Mobile Banking M-Bca. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 619. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.804>
- Pawestri, R., & Suji'ah, U. (2023). Kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, loyalitas merek dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk kosmetik viva di daerah istimewa yogyakarta. *Journal of Academic Entrepreneur*, 1(1), 1–23.
- Rahman, V. M. (2023). *PENGARUH EMOTIONAL MARKETING TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR VESPA DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM BANDUNG TUGAS*.
- Rahmat, D., & Salsa, H. (2023). *PENGARUH LIFESTYLE , WORD OF MOUTH DAN HARGA*.
- Rivanni, C. E., Zamili, A. S., Yosephine, D. I., & Situmeang, R. R. (2021). The Influence of

- Price, Marketing Strategy, and Creativity on Purchase Decisions at PT. Terbit Terang Medan. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 194–207. <https://doi.org/10.56457/jimk.v9i1.143>
- Rizqullah Bagus Adityas. (2023). Pengaruh Social Media Terhadap Brand Equity dan Purchase Intention Pada Produk Teh Gelas. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 47–61.
- Rizqullah Bagus Adityas 1. (2023). *Pengaruh Social Media Terhadap Brand Equity dan Purchase Intention Pada Produk Teh Gelas*. 2588–2593.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, aditya H., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, T., & Arif, nina F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*.
- Safitri, N. A. (2020). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal*, 938, 6–37.
- SALSABILA, H. (2022). *Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Beli Pada Produk Kosmetik Pixy Di Kota Bandung*. 72.
- SARI, I. A. G. P. P. (2020). *Pengaruh Brand Equity dan Online Consumer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Sunscreen Wardah*. 2019.
- SETYAWATI, C. (2023). *ANALISIS. PENGARUH LIFESTYLE, BRAND ASSOCIATION DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY DI PEMALANG*.
- Silvia, G., & Anwar US, K. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Tokopedia Pada Masyarakat Kota Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 240–251. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.44>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D* (Alfabeta (ed.)).
- Sugiyono. (2019). *Akuntansi sektor publik adalah sebuah mekanisme teknik serta analisa akuntansi yang dijalankan untuk mengelola dana masyarakat di lembaga tinggi negara dan departemen dibawahnya*. 10–37.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Susanti, D., Sugiat, M., Grace, E., Shinta Dewi, R., & Sudirman, A. (2022). Reflection on Purchase Decisions for Ulos Handicraft Products from the Marketing Mix Aspect. *KnE Social Sciences*, 2022(2), 413–424. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11381>

- Wardani, E. K., & Purwanto, S. (2023). The Impact Of Store Atmosphere And Perceived Quality On Repurchase Intention Janji Jiwa Coffee Shop Customer In Surabaya City Pengaruh Store Atmosphere Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Di Kota Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6631–6639. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- WATI, M. D. S. (2022). PENGARUH LIFESTYLE, PENDAPATAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMSTIF MAHASISWA MUSLIM (Studi Kasus Pondok Pesantren Darul Falah Purwokerto). In *γ787* (Issue 8.5.2017).
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>
- YANIS, N. S. M. (2021). *Pengaruh Brand Equity dan Promosi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Upnormal Gorontalo*. 818.
- Yuliantie, E. (2021). Effect Of Product Quality, Price Perception, And Promotion On Purchase Decisions At Pand's Muslim Department Store. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 176–188. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.176>