

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker D. A., 1997, *Manajemen Ekuitas Merek. Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*, Mitra Utama, Jakarta.
- Akhtar, Naeem., Quratulain., Siddiqi, U.I., Ashraf, Amna., dan Latif, Muniba. 2016. Impact of a Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L'Oreal Skincare Products. *International Review of Management and Business Research*, 5(1): 808-816.
- Andella Rizki, Hendri Sukotjo, 2017, Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Smatrphone, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 9, p:1-21*
- Charanah, Johnson., dan Njuguna, Ruben. 2015. The Effect of Promotional Mix Tools on Brand Equity Among Hospitals in Nairobi Country. *International Journal of Sales, Retailing, and Marketing*, 4(6):45-51
- Dewantara Andika Agus, I Ketut Nurcahya, (2017), Peran Ekuitas Merek Dalam Memediasi Bauran Promosi Dengan Keputusan Pembelian, *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 8, 2017: 4538-4568*
- Doostar, Mohammad., Maryam, K., dan Reza, K. 2012. Impact of Brand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Product with Low Mental Conflict. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(10): 10137-10144.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, L. J. Budiman, 2004, *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Fathoni, Achmad., Fauzi, D.H., dan Kadarisman, Hidayat. 2013. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Ekuitas Merek Survey pada Pelanggan Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Brawijaya*, 6(1): 1-10
- Ferdinand A, 2006, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. & Fuad. 2008. *Structural Equation Modeling*. Semarang: Universitas. Diponegoro

- Ghozali, Imam, 2011, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* Edisi 3, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Handayani, Desy & dkk. 2010. *The Official MIM Academy Coursebook Brand Operation. Esensi Erlangga Group.* Jakarta.
- Husain, U. (2003), *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia.
- Khanfar, Iyad. 2016. The Effect of Promotional Mix Element on Consumer Buying Decision of Mobile Service: The Case of Umniah Telecommunication Company at Zarqa City- Jordan. *European Journal of Business and Management*, 8(5): 94-100
- Knapp Duane E. 2002. *The Brand Mindset*. London: McGraw Hill
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks., New Jersey
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif: Teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Lamb, Hair, McDaniel (2000), *Pemasaran*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat
- Maitreya Paramita, Henry Njoo Liang Tik, 2014, Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Developer, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartemen(Studi Kasus: Green Bay Pluit), *ejournal Binus University*
- Nezami, Parisa. 2013. The Reviewing the Impact of Marketing Mix on Brand Equity (Case Study: ETKA Stores). *Journal of Novel Applied Sciences*, 2(10): 517-521
- Nour, Mahmud., Almahirah, M.S., Said, Mohammed., dan Freihat. 2014. The Impact of Promotional Mix Elements on Consumer Purchasing Decision. *International Business and Management*, 8(2): 143-151.

- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sean Saw Lip, Tan Teck Hong, 2014, Factors Affecting the Purchase Decision of Investors in the Residential Property Market in Malaysia, *Journal of Surveying, Construction and Property (JSCP) Volume 5, Issue 2, p:1-13*
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia
- Sugiyono, (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta Bandung, Bandung.
- Swastha, Basu., dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua Yogyakarta: Liberty Offset
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing
- Tjiptono Fandy (2005), *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia Publishing
- Umar Husein, 2003, *Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Wariki.GM, L. Mananeke., H. Tawas, 2015, Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado, *Jurnal EMBA, Vol.3 No.2, Hal. 1073-1085*
- Widhiarta, T.E., dan Wardana. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar. *E-Jurnal Management Unud, 4(1): 832-848*.
- Widyasari Suzy, Erna Triastuti Fifilia, 2009, Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang), *TEMA Vol 6 edisi 2, September 2009 hal 159 - 169*
- Windusara, Nugraha., dan Kusuma, Artha. 2015. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO Smartphone. *E-Jurnal Management Unud, 4(12): 4160-4185*.
- Zikmund, W.G., (2006). *Business Research Method*.