

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2015). *Manajemen Pemasaran Strategi* (Edisi Kede). Salemba Empat.
- Adijaya, A. (2016). Pengaruh brand equity terhadap keputusan pembelian samsung oleh mahasiswa Universitas x. *Jurnal JIBEKA*, 10, 1–5.
- Albar Tanjung, A., & Mulyani. (2021). *Metodologi Penelitian Sederhana, Ringkas, Padat dan Mudah Dipahami* (A. Albar Tanjung & Mulyani (eds.); 1st ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Alfutuh, A. U. (2020). *Pengaruh Brand Equity, Celebrity Endorse dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Sepatu Bata di Kabupaten Kendal)*. Universitas Negeri Semarang.
- Andary, R. W., Pratiwi, R., Winardi, M. A., Iswandi, M., Shaleh Z, M., Sudirman, A., Subroto, F. . A., Jatinegara, K., Seseli, E., Ika Putri, S., Satria, F., & Wardhana, A. (2021). *Pemasaran Terpadu* (H. F. Ningrum (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (T. Bahfiarti (ed.)). Airlangga University Press.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (14th ed.). PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azkiya dihni, V. (2022). *Para Penguasa Pasar Smartphone Global*. Katadata.Co.Id.
- Badjamal, F. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(2), 1–11.
- Budi Widodo, P. (2006). Reabilitas dan validitas konstruk skala konsep diri untuk mahasiswa Indonesia. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*, 3.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Kencana PRENADAMEDIA GROUP.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi* (1st ed.). Kencana PRENADA MEDIA GROUP.

- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (D. Ruslan M.Pd M.Ag & D. M. Mahfud Effendi M.M (eds.); 1st ed.). CV Jejak.
- Gabriella, G., & Sonny. (2021). The Impact of Brand Equity to Purchase Intention (Case Study From iPhone Users in Makassar). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 1–11.
- Gautam, D. K., & Shrestha, S. K. (2018). Impact of Brand Equity on Purchase Intention of Smartphones. *Asia-Pacific Journal of Business*, 9(1), 1–18.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2006). *Management Accounting* (Edisi 7). Salemba Empat.
- Harfiah, D., Wardhana, A., & Rochmi, A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Membangun Loyalitas Pelanggan)* (Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Hasnidar, Ratih, P., Aziz Winardi, M., Iswandi, M., Shaleh Z, M., Wuri Andary, R., Sudirman, A., Subroto, A., Jatinegara, K., Seseli, E., Ika Putri, S., Satria, F., & Wardhana, A. (2021). *Pemasaran Terpadu* (H. Fajar Ningrum (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Kamagi, T., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. (2021). Pengaruh Persepsi, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda (Studi Pada PT Daya Adicipta Wisesa Pusat Maumbi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 989–998.
- Khafid, Y. A., & Pradana, M. (2022). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Brand Thanksinsomnia The Impact of Brand Equity on Purchase Online Decision of Brand Thanksinsomnia*. 9(2), 739–743.
- Koliby, I. S., & Rahman, M. A. (2018). Influence Dimension of Brand Equity on Purchase Intention Toward Smartphone in Malaysia. *VFAST Transactions on Education and Social Sciences*, 6(1), 07–19.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson

Education, Inc.

- Kuncoro, B. B. A. A., Fauzi, A., & Arifin, Z. (2017). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(1), 96–104.
- Kurniullah, A. zukhruf, Revida, E., Hasan, M., Dwidienawati, D., Saragih Puspita Puji Rahayu, H., Hendra Prijanto, J., Krisnawati, A., Sugiarto, M., Malinda, O., Anwarudin, O., Gandasari, D., & Hidayatulloh, A. N. (2021). *Metode Penelitian Sosial* (A. Rikki & M. Iqbal (eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Salmiah, A. R., Napitulu, A. W. D., & Simarmata, J. (2020). *Brand Management: esensi, posisi, dan strategi* (A. Rikki (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Laveda, M. (2022). *Samsung dan Apple Berhasil Tingkatkan Penjualan Ponsel Global*.
Republika.Co.Id.
<https://www.republika.co.id/berita/r86535370/samsung-dan-apple-berhasil-tingkatkan-penjualan-ponsel-global>
- Lestari, D. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek, Threat Emotional Konsumen dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soffel. *Jurnal Publikasi STIE Putra Bangsa*.
- Lestari, & Petri, S. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Produk. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 139–147.
- Murhadi, T. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian LintasartaNet di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 49–55.
- Mustofa, M. A., & Affandi, A. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jaguar Dan Land Rover Pada PT. Wahana Auto Mandiri Di Jakarta. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 1(1), 48–53.
- Nayeem, A. R., Islam, M. S., & Akter, F. (2020). The Influencing Factors of Brand Equity on Consumer Purchase Intention of Cell Phones in Bangladesh. *GSJ: Global Scientific Journals*, 8(1), 2247–2260.
- Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Surya Negara, E., Gurning, K., Febrine Ropita Situmorang, R., Parlin Dony Sipayung, T., Popy Sesilia, A., Puji Rahayu, P.,

- Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Aileen Joan Rantung, G. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah* (A. Karim & J. Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis.
- Pranata, I. W. D. R., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5230. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i10.p02>
- Purboyo, Hastutik, S., Eka Kusuma, G. putu, Acai, S., S. Sangaji, S., Wardhana, A., Dewi, K. R., Erwin, Hilal, N., Syamsuri, Siahainenia, S., & Marlina, N. (2021). *Perilaku Konsumen* (Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Rahmawati, A., Fajarwati, & Fauziyah. (2017). *Statistika Teori dan Praktek (IV)*. In *UMY*.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021a). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Indigo Media.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Indigo Media.
- Setiadi, J. N. (2007). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Utama.
- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. *SIMBOLIKA*, 4(1), 62–72.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2005). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Bayumedia Publishing.
- Suryani, C. S., Andari, R., & Taufik, A. (2018). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Mandala Wangsit Siliwangi. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(2), 75.

<https://doi.org/10.17509/thej.v8i2.13741>

- Sutrisno, H. (1991). *Analisis butir untuk instrumen angket, tes dan skala nilai dengan basica*. Andi Offset Yogyakarta.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management*. Andi.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis* (2nd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, & Husein. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis* (Edisi Keti). Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel*. Salemba Empat.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh brand image, brand awareness, dan brand trust terhadap brand loyalty pelanggan online shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Wardhana, D. A., Budiastuti, E., Br Gultom, D. N., Sudirman, A., Julyanthry, Ginanjar saputra, G., Dwi Rizkia, D. N., Risna Sari, A., Fardiansyah, H., Savitri, D. C., & Amruddin, D. (2020). *Perilaku Konsumen* (D. Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Wiastruti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Raster Puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*, 5(2), 133–146.
- Wicaksono, A., Suyadi, I., & Hidayat, K. (2014). Pengaruh Komunikasi pemasaran terhadap ekuitas merek (Studi pada konsumen mobil Toyota Avanza tahun 2012 di Auto 2000 Malang cabang Sukun). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12, 10. <https://media.neliti.com/media/publications/83281-ID-pengaruh-komunikasi-pemasaran-terhadap-e.pdf>
- Wita, R. (2013). *Analisis jumlah penawaran sapi potong di pasar ternak Palangki Kecamatan IV Nagari Kabupaten Sijunjung dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda*. <https://doi.org/10.1190/segam2013-0137.1>
- Wulan Tresna, P., Chan, A., & Herawaty, T. (2021). The effect of brand equity on purchase decisions (Study on shopee consumer). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 1–11.

- www.beritasatu.com. (2016). *Samsung Dirundung Masalah Serius*.
Www.Beritasatu.Com.
- www.cnnindonesia.com. (2021). *Penjualan HP Samsung Tekuk iPhone dan
Xiaomi Pada Kuartal 1 2021*. Www.Cnnindonesia.Com.
- www.medcom.id. (2021). *Samsung Dituntut Soal Permasalahan di Kamera
Galaxy S20 Series*. Www.Medcom.Id.
- www.merdeka.com. (2013). *Profil Samsung*. Www.Merdeka.Com.
- www.selular.id. (2020). *Penjualan Smartphone Melonjak, Samsung Pecahkan
Rekor Q3*. Www.Selular.Id.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). Pengaruh celebrity endoser hamidah rachmayanti
terhadap keputusan pembelian produk online shop Mayoutfit di kota
Bandung. *Jurnal Lontar*, 35(4), 1–5.