

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., &. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Tantri, F
- Abdullah Alhaddad, (2014). *The Effect of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity*, IJBMI, Vol. 3, Issue 5, PP.28-32.
- Ari Setyaningrum, J. U. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran; Pengenalan Plus Tren Tekini tentang Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneural Marketing dan E-Marketing*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ari Titis Bimo Kandhogo. (2014). Peran dari Integrated Marketing Communication terhadap Brand Equity. *Jurnal Interaksi*, Vol III, No. 1, hlm. 94-102.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Eni Sulistiani & M. Nuh Nasution, (2016). Pengaruh Citra Merek terhadap Ekuitas
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Indoprint.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gladista Galuh Iriandari & Herry Hudrasyah. (2015). *The Influence of Advertising and Service Quality of The Brand Equity Midnight Sun in Jakarta*. *Journal Business and Management L*, Vol. 4, No. 3, hlm. 407-414.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler & Amstrong (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran (9ed.)*. Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran: Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan; Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Nia Pramita Kartikasari, (2014). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Interaksi*, Vol. 3, No. 2, hlm. 162-167.

- Sumarwan, U, Fachrodji, A, dkk. (2010). *Pemasaran Strategik; Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Kampus IPB: IPB Press.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik; Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategi, Costumer Sasfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- Sadia Jahanzeb, Tasneem Fatima & Muhammad Mohsin Butt.(2013). *How Service Quality influences Brand Equity*. IJBM, Vol. 3, No. 2. PP. 126-141.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Supranto, J., & Limakrisna, H.N. (2007). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Merek Telepon Genggam “Samsung”. *Jurnal Utilitas*, Vol. 2, No. 1, ISSN: 2442-224x.

