DAFTAR PUSTAKA

andili, Z. (2022). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi Pada Dealer Pt. Hasjrat Toyota Di Kota Ternate. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 11(1)*(1), 746–756.

Arifin. (2017). *Untuk Penelitian Dan Skripsi*. Kelompok Gramedia.

Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis.* Rineka Cipta.

Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, *2*(2), 1. Https://Doi.Org/10.32832/Manager.V2i2.2557

Assauri, S. (2002). Pengertian Dan Faktor Keputusan Pembelian. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 15–43.

Bambang, Abas, Dan M. H. (2017). (2017). *Pengaruh Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Konsumen Mobil Merek Toyota Kijang Innova*.

Developing And Validating A Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale. Journal Of Business Research. (2021).

Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal Of Student Research (Jsr)*, *1*(5), 113–123.

Dewi, M. N., & Samuel, H. (2019). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga, Promosi Terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (Destination) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajeman Pemasaran*, *3*(1), 1–13.

Ernanto, H., & Hermawan, S. (2022). Tabel Of Content Article Information Rechtsidee. *Indonesian Journal Of Law And Economics Review*, *14*(4), 6–14.

Esa Widhiarta, I., & Wardana, M. (2015). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Denpasar. Ejurnal Manajemen Universitas Udayana.*

Ferdinand, A. (2014). *Kendali Mulu Terpadu*. Bp Universitas Diponegoro.

Fitri, E., Sabrina, H., & Amelia, W. R. (2022). The Effect Of Creativity And Product Innovation On Business Success In Coconut Shell Waste Craftsmen In The Bukit Lawang Plantation Village Bahorok District Langkat Regency. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, *3*(1), 79–91. Https://Doi.Org/10.31289/Jimbi.V3i1.989

Ganda, S., Gaya, P., Inovasi, H., Merek, C., & Pembelian, K. (2024). *Pe N Garuh Gaya Hidup , I N Ovasi Produk Da N Citra Merek Terhadap Keputusa N Pembelia N Smartpho N E Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Sastra U N Iversitas Islam Sumatera Utara) Skripsi Program Studi Ma N Ajeme N Fakultas Eko N Omi Da N Bis N Is M*.

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Badan Penerbit Universitas Diponerogo.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penerbit Universitas Diponerogo.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, *2*(1), 69–72.

Https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Productivity/Article/View/32911

Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *21*(1), 31–38. Https://Doi.Org/10.29103/E-Mabis.V21i1.476

Hendriyadi, R., Harjadi, D., & Gunawan, W. H. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Razwa Café Nagarakembang. *Digibe : Digital Business And Entrepreneurship Journal*, *1*(1), 32–40. Https://Doi.Org/10.25134/Digibe.V1i1.4

I, G. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponerogo.

Ii, B. A. B., Hidup, A. G., & Hidup, P. G. (2012). *No Title*. *12*, 77–79.

Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Jurnal Values*, *2*(2), 373–385.

Kotler, P. Dan Armstrong, G. (2014). (2014). *Principles Of Marketing.*

Kotler & Armstrong. (2016). *Dimensi Keputusan Pembelian*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Philip_Kotler_Manajemen_Pemasaran_Edisi.Pdf* (P. 19). Http://Docplayer.Info/31435130-Bab-Iii-Landasan-Teori-Membeli-Untuk-Mewujudkan-Kepuasan-Konsumen-Maka-Perusahaan-Harus.Html

Kotller, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13th Ed.). Penerbit Erlangga.

Kurniawan, B., Sutrisno, S., & Damayanti, L. (2021). Pengaruh Brand Equity

Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Kabupaten Kendal). *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).*, *7*(3), 476–486. Https://Doi.Org/10.35794/Jmbi.V7i2.30562

Lindratno, N. E. N., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Tulungagung (Studi Kasus Pada Rumah Putih Coffee House). *Jurnal Economina*, *1*(2), 272–284. Https://Doi.Org/10.55681/Economina.V1i2.43

Lisa, H., Chairhany, S., Napratilora, M., Syahid, A., Danilyas, M. (2020). *Nalisis Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian*.

Maulana, M. A. (2019). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs Dikota Tegal*.

Minarti, M. S. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee [Universitas Putera Batam]*.

Nazir. (2011). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.

Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*, *5*(2), 1–9. Https://Doi.Org/10.51544/Jmm.V5i2.1614

Ningsih, S., & Pradanawati, L. (2021). He Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision (Case Study On Gea Geo Storet). *Business And Accounting Research (Ijebar) Peer Reviewed-International Journal*, *5*(3),

1–12. Https://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Ijebar

Nurul L Mauliddiyah. (2021). *And Someti Sometimes To Sucide. We Need To And*.

Oktavianto, R., Ika, N., & Wardhani, K. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Sidoarjo*. *06*(1), 42–50.

Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *5*(1), 25–36. Https://Doi.Org/10.36778/Jesya.V5i1.510

Putti, A. R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Kreatif All Craftsupply Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, *8*(4), 141–152.

Riyanto. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuatitatif,*. Deepublish.

Setiadi, N. (2021). Pengaruh Inovasi, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.

Sucma, F. A., & Sugiat, M. A. (2023). Pengaruh Brand Equity Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Customer Satisfaction : Studi Kasus Pada Xiboba. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, *7*(2), 406–427. Https://Doi.Org/10.31955/Mea.V7i2.3021

Sudarsono. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D.* Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Alfabela,*. Alfabeta.

Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pt Pustaka Baru.

Sunyanto. (2016). *Metode Penelitian Akuntansi.* Pt Refika.

Sya'idah, E. H. (2020). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian. *Jmk (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, *5*(3), 204. Https://Doi.Org/10.32503/Jmk.V5i3.1106

Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Online Festivel, Dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal.Stimykpn*, *2*(2), 275–286.

Utama, D. C., Arista, R., Fitriyanto, F., & Raharjo, A. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Bekasi. *Jurnal Mitra Manajemen*, *3*(7), 767–779. Https://Doi.Org/10.52160/Ejmm.V3i7.254

Wahyuningsih, W., & Fatmawati, I. (2016). *Vol. 7 No. 2 Oktober 2016 | Jbti*. *7*(2), 278–300.

Yansah, N., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2018). Analisis Brand Equity Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Kota Palembang). *Ournal Of Management And Business Rjeview*, *15*(1), 33–53. Https://Doi.Org/10.34149/Jmbr.V15i1.113

Yuliana Nuraini, Ika Indriasari, & Rita Meiriyanti. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Locus Of Control, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa. *Manabis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(4), 249–259.

Https://Doi.Org/10.54259/Manabis.V2i4.2319

Yunaldi, R., Diantara, L., Tria Putri, L., Bangkinang, S., Kunci, K., Equity, B., & Hidup Dan Kepuasan Pelanggan, G. (2021). The Effect Of Brand Equity, Price, And Lifestyle On Product Purchase Decisions. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, *3*(1), 46–55. Https://Doi.Org/Https://Doi.Org/10.55768/Jrmi.V3i1.66

Zakiyudin, A. (2013). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian*.