



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aaker, D. A., 2009. *Managing Brand Equity*. New York: Simon & Schuster Inc.
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S., 2014. *Business Research Methods*. 12 ed. USA: McGraw-Hill Irwin.
- Durianto, D. 2009. *Strategi Menaklukkan Pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ghozali, I., 2016. *piksi Analisis Multivariete dengan Prorm IBM SPSS 23*. 8 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P, Kartajaya, H. & Setiawan, I., 2019. *Marketing 4.0*. First ed. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P & Keller, K. L., 2016. *A Framework For Marketing Management*. Sixth ed. s.l.:Pearson Education.
- Kotler, P & Keller, K. L., 2016. *Marketing Management*. Fifth ed. s.l.:Pearson Education.
- Rangkuti, F., 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Seakaran, U. & Bougie, R., 2017. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. 6 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Sopiah & Sangadji, E. M., 2016. *Salesmanship*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F., 2004. *Manajemen Jasa*. First ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H., 2019. *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wijayanti, T., 2017. *Marketing Plan! Dalam Bisnis*. Third ed. s.l.:Gramedia.

Jurnal:

- Ariyanto, Y., 2016. Pengaruh Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Juke. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3).
- Fullerton, G., 2005. The impact of brand commitment on loyalty to retail service brands. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 22(2), pp. 97-110.
- Jeon, J. E., 2017. The Impact of Brand Concept on Brand Equity. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), pp. 233-245.
- Keller KL (1993). Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber atau dengan cara lain.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber atau dengan cara lain.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

J. Mark., 57(1): 1-22.

Kusumawardani, A. R., Munandar, J. M. & Mukhamad, 2018. Pengaruh Sepuluh Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Sepatu Bata Berdasarkan Sikap Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), pp. 292-311.

Lin, M. S. & Chung, Y. K., 2019. Understanding the Impacts of Corporate Social Responsibility and Brand Attributes on Brand Equity in the Restaurant Industry. *Tourism Economics*, 25(4), pp. 639-658.

Mathur, M., 2019. Building Brand Advocacy on Social Media to Improve Brand Equity. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, 10(2), pp. 150-172.

Website:

<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>

<https://tokokhalista.wordpress.com/author/opiida/>

<https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f8ac51a42afd/ampuhnya-pesona-artis-korea-mengerek-penjualan-e-commerce-indonesia>

<https://ajab.co.id/daftar-marketplace-indonesia-2020-dengan-kunjungan-terbanyak/>

https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Group



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.