

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., Siswhara, G., & Asyifa, F. N. (2019). Increasing Consumer Purchase Decisions Through Positioning Brands. *Tourism Scientific Journal*, 4(2).
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Aprianti, E., Suharjo, B., & Muflikhati, I. (2015). Positioning Pupuk Hayati (Studi Kasus Pt. Karya Anugrah Rumpin). *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 12(2), 106-106.
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, *Brand Equity* Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq*, 6(2), 112-121.
- Astana, I. G. M. O., & Awatara, K. P. (2019). Pengaruh Positioning Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Banyuwatis Studi Pada (Konsumen Kopi Banyuwatis Di Buleleng. *Artha Satya Dharma*, 12(2), 1-17.
- Atthauri, H., & Purnama, R. (2014). Pengaruh *Brand Positioning* Puspa Iptek Sundial Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kota Baru Parahyangan (Survei Pada Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Puspa Iptek Sundial). *The Journal: Tourism And Hospitality Essentials Journal*, 5(1), 877-882.
- Callizta, K., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Dikalangan Mahasiswa Universitas Telkom. *Eproceedings Of Management*, 7(3).
- Castañeda-García, J. A., Frías-Jamilena, D. M., Del Barrio-García, S., & Rodríguez-Molina, M. A. (2020). *The Effect Of Message Consistency And Destination-Positioning Brand Strategy Type On Consumer-Based Destination Brand Equity*. *Journal Of Travel Research*, 59(8), 1447-1463.
- Digdowiseiso, K. (2017). Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis.
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Pada Kepuasan Dan Keterlibatan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Niat Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal Of Theory And Applied Management*, 13(3), 254.

- Fitriani, D. (2019). Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak). *Creative Communication And Innovative Technology Journal*, 12(1), 99-107.
- Fransisca, L. (2021, Oktober 13). Orang Indonesia Lebih Suka Beli Ponsel Xiaomi Di Kuartal Ii 2021. Dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/13/orang-indonesia-lebih-suka-beli-ponsel-xiaomi-di-q2>
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gilal, R. G., Gilal, N. G., Gilal, F. G., & Gong, Z. (2022). *The Role Of Nostalgic Brand Positioning In Capturing Brand Equity: Theoretical Extension And Analysis. International Journal Of Consumer Studies*, 46(1), 161-181.
- Heinberg, M., Ozkaya, H. E., & Taube, M. (2017). *The Influence Of Global And Local Iconic Brand Positioning On Advertising Persuasion In An Emerging Market Setting. Journal Of International Business Studies*, 48(8), 1009-1022.
- Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 177-184.
- Iffan, M., & Yulianti, L. (2017). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jg Motor Yamaha Cab. Asia Afrika Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*. Vol.7, No.1.
- Janiszewska, K., & Insch, A. (2012). *The Strategic Importance Of Brand Positioning In The Place Brand Concept: Elements, Structure And Application Capabilities. Journal Of International Studies*, 5(1).
- Jatmiko, J., & Setyawati, R. L. (2015). Pengaruh *Brand Positioning* Dan *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 6(02), 78027.
- Kartika, H. (2013). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Cpe Film Dengan Metode Statistical Process Control Pada Pt. Msi. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 1(1), 50-58.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Koesoemaningsih, R. (2013). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi. *Media Soerjo*, 13(2), 1-21.

Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary. 2012. Principles Of Marketing. 14 E, New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran, Terjemahan : Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip., Gary Armstrong And Marc Olver Opresnik 2018. Principles Of Marketing. Edisi 17 Global Edition. Pearson.

Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.

Kurniawan, Agung Widhi Dan Zarah Puspitaningtyas.(2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Padiwa Buku

Lazuardi, R. (2018). *ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK, MEREK, HARGA, FAKTOR SOSIAL DAN IKLAN PADA MINAT BELI XIAOMI SMARTPHONE (Studi kasus di Jogjatronik)* (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).

Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 137-145.

Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (Bmaj)*, 2(2), 34-44.

Magnusson, P., Westjohn, S. A., & Sirianni, N. J. (2019). *Beyond Country Image Favorability: How Brand Positioning Via Country Personality Stereotypes Enhances Brand Evaluations*. *Journal Of International Business Studies*, 50(3), 318-338.

Maharani, C., & Andrianto, T. (2014). Pengaruh *Brand Positioning* Wonderful Indonesia Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara Untuk Berkunjung Ke Indonesia (Survei Terhadap Wisatawan Mancanegara Asal Singapore, Malaysia Dan Australia). *The Journal: Tourism And Hospitality Essentials Journal*, 4(1), 741-758.

- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59-75.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1).
- Mauliansyah, R. (2017). Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 818-826.
- Memey, M., & Siagian, H. L. (2019). Pengaruh *Brand Positioning* Dan *Brand Equity* Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis (Jtimb)*, 2(1), 49-71.
- Narimawati, Umi. (2007) Riset Manajemen Sumber Daya Manusia Aplikasi Contoh & Perhitungannya. Jakarta: Agung Media.
- Narimawati, Umi. (2010) Metodologi Penelitian : Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi. Jakarta : Genesis.
- Padhy, S. K., & Sawlikar, R. K. (2018). The Role Of *Brand Equity* And Brand Awareness On Consumers' Purchase Intention. *International Journal Of Business And Management Invention*, 7(1), 12-16.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity*: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471-484.
- Pinassang, A. W., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 123-134.
- Poturak, M., & Softic, S. (2019). Influence Of Social Media Content On Consumer Purchase Intention: Mediation Effect Of *Brand Equity*. *Eurasian Journal Of Business And Economics*, 12(23), 17-43.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.
- Puspira, Y. (2020, September 19). Pengguna *Smartphone* Diperkirakan Mencapai 89% Populasi Pada 2025. Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2020/09/15/Pengguna-Smartphone-Diperkirakan-Mencapai-89-Populasi-Pada-2025>
- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2019). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Pada Bank Syariah. *Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 111-123.

Rachmawati, D., Shukri, S., Azam, S., & Khatibi, A. (2019). Factors Influencing Customers' Purchase Decision Of Residential Property In Selangor, Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341-1348.

Rahayu, H. S., & Widodo, A. (2019). Pengaruh *Brand Positioning* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Knowledge* Sebagai Variabel Intervening Pada The Executive Bandung. *Eproceedings Of Management*, 6(2).

Rini, B. C., & Hasbi, I. (2015). Pengaruh *Advertising, Sales Promotion, Dan Direct Marketing* Rakuten. Co. Id Di *Instant Messaging Line* Terhadap *Brand Awareness*. *Eproceedings Of Management*, 2(2).

Saha, T., Kumar, N., Jannat, F., & Nahar, N. (2021). *Influence Of Social Media On Brand Positioning And Brand Equity: A Study On Fast Moving Consumer Goods Of Bangladesh*. *European Journal Of Business And Management*.

Santy, R. D., & Adhipratama, M. I. (2013). Display Toko, Gaya Hidup Dan Pembelian Impulsif. *Majalah Ilmiah Unikom*, 11, 91.

Sari, Niken Permata dan Retno Widowati. 2014. Pahubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.5 No.1*

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).

Setyanto, Linggar Eka, Zainul Arifin, And Sunarti Sunarti. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple Iphone Pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang)*. Diss. Brawijaya University, 2017.

Siregar, K. R. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.

Sudomo, S. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pepsodent Di Kabupaten Bantul). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2).

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv
- Sukiarti, S., Hasiholan, L. B., & Haryono, A. T. (2016). Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Merek Terhadap Ekuitas Merek, Hand & Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang). *Journal Of Management*, 2(2).
- Sumantika, A., & Prakosa, A. (2018). *Brand Positioning, Persepsi Dan Kepercayaan Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat*. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 8(2), 224-235.
- Tamaka, I. (2013). Citra Merek, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Daihatsu Di Pt. Astra Internasional Daihatsu Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Tasci, A. D. (2020). *A Critical Review And Reconstruction Of Perceptual Brand Equity*. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*.
- Tengor, G. (2016). Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Umi, Narimawati., Sri Dewi, Anggadini., Linna, Ismawati. (2011), *Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Pertama*, Genesis. Pondok Gede, Bekasi.
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Wiastruti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Simetri Coffee Roaster Puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*, 5(2), 133-146.
- Wicaksono, D., & Rahardjo, S. T. (2013). *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Pengguna Iphone Di Kota Semarang)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Widiastiti, N. M. G., Yasa, N. N. K., & Rahanata, G. B. (2020). The Role Of Brand Image In Mediating The Relationship Of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study Of The Iphone Product In Denpasar City). *International Journal Of Economics And Management Studies*, 7(4), 199-207.

- Winahyu, Dasanti Jiwaning. 2012. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Air Minum Axogy (Studi kasus pada pengguna air minum Kota Magelang Jawa Tengah).
- Yadi, H. (2018). Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points Of Difference Dan Points Of Parity). *Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 3(03), 261-271.
- Yansah, N., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2018). Analisis *Brand Equity* Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Kota Palembang). *Journal Of Management And Business Review*, 15(1), 33-53.