

DAFTAR PUSTAKA

- Fatmasari, D. (2018). *DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Mahasiswa FTIK IAIN Purwokerto) JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM.*
- Firdaus, F. F. (2015). *Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan promosi periklanan terhadap keputusan pembelian handphone samsung.*
- Lubis, I. B. H. (2016). *PENGARUH CITRA MEREK, MEDIA IKLAN INSTAGRAM, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VANS.*
- Ramadhan, S. (2017). *Analisis pengaruh ekuitas merek, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian mobil toyota astra.*
- Setyawan, C. (2018). *PENGARUH BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY SERTA BRAND ASSOCIATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.*
- SUPRAPTI, L. (2017). *ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS , PERCEIVED VALUE , ORGANIZATIONAL ASSOCIATION DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN.*

Tarmedi, E., & Asri, P. N. (2019). *PENGARUH PERCEIVED QUALITY DARI BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DETERJEN BUKRIM*. 35–49.