

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, D. N., Gama, A. W. S., & Warmana, G. O. (2019). Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017).
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- Brilliant Afgaris, D. Y. (2021). pengaruh brand awareness dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pizza hut oleh konsumen di lumajang.
- Fitranto, W. (2016). rasio keuangan pengaruhnya terhadap return saham pada perusahaan semen yang terdaftar di indonesia periode 2010-2015
- Gunggu, A. R., Astawa, D. N. W., & Kandia, I. W. implementasi nilai-nilai pancasila dalam tradisi pasola masyarakat kodi sumba barat daya (ntt).
- Kurniawan, J. A., & Nawawi, M. T. (2020). Pengaruh Kompensasi Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Kurnia Mandiri Jaya pada Divisi Distribusi Kantor Pusat di Cirebon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 723-729.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119-128.
- Nuha, U. (2021). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi Pada Usaha Kerupuk di Kec. Lumajang).
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 17-24.
- Mulyanto, K. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Anindyaguna Ekonobisnis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 2(2), 158-172.
- Kristiningsih, K. (2004). *customer bonding: strategi untuk mempertahankan pelanggan. equilibrium: jurnal ekonomi-manajemen-akuntansi*, 2(5), 94-103.

- Pracista, N. M., & Rahanatha, G. B. (2014). *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Ekuitas Merek (Brand Equity) dari Produk Sampo L'oreal pada Konsumen Wanita (Studi Kasus di Kota Denpasar)* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Rachmawati, T. (2017). *Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif*. UNPAR Press. Bandung.
- Randang, W. (2013). Kualitas produk, atribut produk dan ekuitas merek pengaruhnya terhadap keputusan pembelian minyak goreng. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Santoso, A. F. (2021). *Pengaruh Penerapan Customer Bonding Terhadap Loyalitas Konsumen Di (Him Barbershop)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 19.
- Sari, N. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Galaxy (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Penelitian Universitas Jambi: Seri Humaniora*, 17(2).
- Sastika, W., Wulandari, A., & Hanifa, F. H. (2019). *customer response index (cri): pengukuran efektivitas iklan smartphone vivo v7+ agnes monica. ikra-ith humaniora: jurnal sosial dan humaniora*, 19.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (A. Cristian (ed.)).
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*.
- Wagiu, P. C., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2022). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Emas pada PT. Pegadaian (Persero) CP Manado Selatan. *Productivity*, 3(3), 228-233.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan (dengan Excel dan SPSS)*. UPP STIM YKPN.