

REFERENCES

- Aaker, D. (2014). *Building Strong Brands*. (A. Baderi, Trans.) Jakarta: Bumi Aksara.
- Aaker, David A. 2011. *Manajemen Ekuitas Merek: Mamanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.
- Abdurrahman, Muhidin. 2011, *Panduan Praktisi Memahami Penelitian*. Bandung. Pustaka Setia.
- Asiyah, S., & Millaningtyas, R. (2022). Analisis Perbandingan Brand Equity E-Commerce Shopee Dan Lazada Di Kalangan Mahasiswa Unisma. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(06).
- Ayunir, A. F., Erwinsyah, & Sugeng, R. (2019). Analisis Perbandingan Keputusan Pembelian Produk MAKEUP Merek Wardah dan Maybelline Ditinjau dari Ekuitas Merek Pada Toko Redcanoeya Di Tenggarong. *JEMI*, 20.
- Clarissa, M. I., & Ellitan, L. (2023). Peran Brand Equity dan Kepuasan Pelanggan dalam Membangun Brand Loyalty. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 249-262.
- DEWI, A. C., & SARI, P. N. (2023). *ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK SCARLETT WHITENING DI WILAYAH SOLO RAYA* (Doctoral dissertation, UIN RADEN MAS SAID).
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fikri, I. A. (2021). Analisis Perbandingan Brand Equity Samsung dan LG. *Journal of Sustainable Community Development (JSCD)*, 3(2), 99-110.
- Frans, S. O. S., Dianita, I. A., & Arifputri, A. N. (2023). Pengaruh E-Wom Pada Akun Tiktok @Somethincofficial Terhadap Brand Image Somethinc. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 3930-3938.
- Hair, Joseph F. Jr. et al. 2014. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeeling (PLS_SEM)*. SAGE Publications, Inc. California. USA
- Humdiana, 2015, Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black". *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.12 No.1.42,49
- Indrawati, (2015). *Metode Penelitian dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, bandung: PT. Refika Aditama

- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi 13, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali
- Lestari, A. A., & Imam, A. ANALISIS PERBANDINGAN BRAND EQUITY KOPI JANJI JIWA DAN KOPI KENANGAN.
- Muhammad Gaus, F., & Prasetyo, A. (2021). Analisis Perbandingan Brand Equity Jual Beli Online pada Aplikasi Tokopedia dan Shopee di Kota Bandung. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(2), 150-162. <https://doi.org/10.24905/permana.v13i2.196>
- Ovirya, N., & Saputri, M. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Online Review terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1049-1054.
- Rochmah, S. L., Setyowati, T., & Nursaida, N. (2022, August). Analisis Perbandingan Brand Equity Online Shopping pada Marketplace Shopee & Tokopedia di Kota Jember. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 953-967).
- Rambe, R. M. P., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Dimensi Brand Equity Terhadap Purchase Intention (studi Pada Grab). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumbi, A. S., & Hermawan, H. ANALISIS PERBANDINGAN BRAND EQUITY PRODUK SABUN CUCI PIRING CAIR MEREK SUNLIGHT DENGAN MEREK MAMA LEMON PADA OZZIE MART JEMBER.
- SOFWALINA, S. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN CSO DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN (Studi Pada Customer Services PT. Bank Central Asia cabang Kramatjati).

Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. Jakarta: Andi. Sangadji, Etta Mamang;