

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK INA COOKIES DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata



oleh :

Muhammad Syahid Fathurrizqi

1705548

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG**

2021

LEMBAR PENGESAHAN

MUHAMMAD SYAHID FATHURRIZQI

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK INA COOKIES DI KOTA BANDUNG**

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

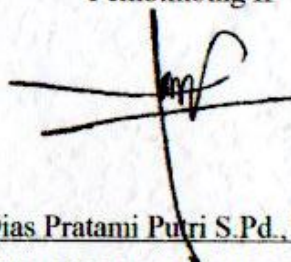
Pembimbing I



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par

NIP. 19700320.200812.2.001

Pembimbing II



Dias Pratami Putri S.Pd., M.Si

NIP. 9202004.1991091.5.201

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Industri Katering,



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par

NIP. 19700320.200812.2.001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Produk Ina Cookies di Kota Bandung* ini beserta seluruh isinya adalah sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada dalam skripsi ini yang merupakan plagiat dari karya orang lain atau pengutipan yang dilakukan dengan cara tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya.

Bandung, 24 September 2021

Pembuat Pernyataan



Muhammad Syahid Fathurrizqi

1705548

LEMBAR HAK CIPTA
PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK INA COOKIES DI KOTA BANDUNG

oleh
Muhammad Syahid Fathurrizqi
1705548

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen
Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Muhammad Syahid Fathurrizqi
Universitas Pendidikan Indonesia
September 2021

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan
dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

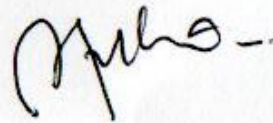
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah swt. yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya, serta memberikan kesabaran dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Produk Ina Cookies Di Kota Bandung*.

Skripsi ini disusun untuk diajukan sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Pariwisata Program Studi SI Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam memberikan bantuan, pikiran, dan tenaganya dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi semua pihak.

Bandung, 24 September 2021



Muhammad Syahid Fathurrizqi

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari betul selama penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik karena adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua, Ummi dan Abi, yang telah memberikan dukungan berbagai hal, baik materil dan non materil yang tiada henti demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak dan adik penulis, yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
3. Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA. selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia
4. Dr. Agus Mulyana, M.Hum, selaku dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
5. Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering dan sebagai pembimbing satu yang telah membimbing serta memberikan arahan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dias Pratami Putri S.Pd., M.Si. selaku pembimbing dua yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak Mochamad Yunus, Mbak Rahma, dan seluruh jajaran manajemen Ina Cookies yang sudah bersedia mengarahkan, mengizinkan, dan membantu penulis melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu per satu yang telah mendukung dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT. senantiasa membalas setiap kebaikan serta ketulusan yang telah diberikan.

Bandung, 24 September 2021



Muhammad Syahid Fathurrizqi

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK INA COOKIES DI
KOTA BANDUNG**

MUHAMMAD SYAHID FATHURRIZQI

1705548

ABSTRAK

Kudapan, santapan ringan yang biasa kita sebut dengan *Cookies* semakin hari semakin modern. Tidak bisa dipungkiri, perkembangan zaman telah membawa perubahan sebuah kudapan, yang dahulu dikenal sebagai makanan tradisional, sekarang sudah banyak disulap menjadi kue kekinian yang mudah disantap dimana saja dan kapan saja. Ina Cookies dalam hal ini menjadi salah satu industri yang terus menerus membuat inovasi dari berbagai kudapan yang ada. Berbagai permintaan dan kebutuhan pasar selalu dijadikan acuan untuk semakin berkembang dan mengungguli persaingan pasar. Ina Cookies yang sudah berdiri dari tahun 1997 inipun sudah banyak dikenal masyarakat dan memiliki banyak konsumen yang membeli produk secara berulang. Ina Cookies selalu menjaga poin-poin ekuitas mereknya demi menjaga kepuasan konsumen agar konsumen menjadi loyal dalam membeli produk-produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui untuk mengetahui pengaruh antara ekuitas merek dengan keputusan pembelian, pengaruh antara ekuitas merek dengan kepuasan konsumen, pengaruh antara keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen, pengaruh antara ekuitas merek dengan kepuasan konsumen melalui variabel keputusan pembelian. Pendekatan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, data dikumpulkan dari 100 pelanggan sebagai sampel penelitian, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dan teknik pengujian hasil penelitian menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Juga menggunakan uji hipotesis yaitu uji t, uji f, uji koefisien determinasi, uji sobel dan uji analisis jalur path. Hasil penelitian ini adalah: Pertama, ekuitas merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,425 atau 42.5%. Kedua, ekuitas merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 0,367 atau 36.7%. Ketiga, keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hanya sebesar 0,102 atau 10,2% dengan nilai signifikan 0,317 yang artinya tidak berpengaruh. Keempat, ekuitas merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen tanpa dimediasi keputusan pembelian.

Kata kunci : Ekuitas Merek, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN PURCHASE OF INA COOKIES PRODUCTS IN BANDUNG CITY

MUHAMMAD SYAHID FATHURRIZQI

1705548

Abstract

Snacks, light meals that we usually call Cookies are getting more modern day by day. It is undeniable, the development of the times has brought changes in a snack, which was once known as a traditional food, now many have been transformed into a contemporary cake that is easy to eat anywhere and anytime. Ina Cookies in this case is one of the industries that continues to innovate from various existing snacks. Various market demands and needs are always used as a reference to further develop and outperform market competition. Ina Cookies, which has been established since 1997, is already widely known by the public and has many consumers who buy products repeatedly. Ina Cookies always maintains its brand equity points in order to maintain consumer satisfaction so that consumers become loyal in buying their products. The purpose of this study was to determine the effect of brand equity on purchasing decisions, the effect of brand equity and customer satisfaction, the influence of purchasing decisions and customer satisfaction, and the influence of brand equity and customer satisfaction through purchasing decision variables. The approach in this research is quantitative research, data is collected from 100 customers as research samples, sampling in this study uses purposive sampling, and the technique of testing research results uses the classical assumption test, namely normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Also using hypothesis testing, namely t test, f test, coefficient of determination test, Sobel test and path analysis test. The results of this study are: First, brand equity has an effect on purchasing decisions of 0.425 or 42.5%. Second, brand equity has an effect on consumer satisfaction 0.367 or 36.7%. Third, purchasing decisions affect consumer satisfaction only by 0.102 or 10.2% with a significant value of 0.317, which means that it has no effect. Fourth, brand equity has an effect on consumer satisfaction without being mediated by purchasing decisions

Keywords: Brand Equity, Customer Satisfaction, Buying Decision

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.1 Manfaat Praktis	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Pariwisata.....	6
2.1.2 Merek	7
2.1.3 Ekuitas Merek	8
2.1.4 Kepuasan Konsumen	10
2.1.4 Keputusan Pembelian	12
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
2.4 Hipotesis	20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian	21
3.3 Variabel Penelitian	22
3.4 Populasi Dan Sampel	27
3.5 Teknik Sampling.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29

3.6.1	Wawancara	29
3.6.2	Kuesioner	29
3.6.3	Studi Pustaka	29
3.7	Instrumen Penelitian	30
3.8	Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	31
3.8.1	Uji Validitas	31
3.8.2	Uji Reliabilitas	33
3.9	Teknik Analisis Data	34
3.9.1	Analisis Deskriptif	34
3.9.2	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.9.2.1	Uji Normalitas	35
3.9.2.2	Uji multikolinieritas	36
3.9.2.3	Uji Heteroskedasitas.....	36
3.9.3	Uji Hipotesis	36
3.9.3.1	Uji Parsial t.....	36
3.9.3.2	Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.9.3.3	Uji Simultan F	37
3.9.3.4	Uji Sobel.....	37
3.9.3.5	Analisis Jalur (Path Analisis)	37
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1	Ina Cookies	38
4.1.2	Struktur Perusahaan	39
4.2	Pelaksanaan Penelitian	40
4.3	Karakteristik Responden.....	40
4.4	Hasil Analisis Deskriptif.....	42
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	43
4.5.1	Uji Normalitas	43
4.5.2	Uji multikolinieritas	44
4.5.3	Uji Heteroskedasitas.....	44
4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	45
4.6.1	Uji Parsial t.....	45
4.6.2	Koefisien Determinasi (R^2)	46

4.6.3	Uji Simultan F	46
4.6.4	Uji Sobel.....	46
4.6.5	Analisis Jalur (Path Analisis)	47
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	50
4.7.1	Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian.....	50
4.7.2	Pengaruh ekuitas merek Terhadap Kepuasan Konsumen	51
4.7.3	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	53
4.7.4	Pengaruh ekuitas merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian.....	54
4.7.5	Pembahasan Secara Keseluruhan	55
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN		65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan La Diva Cookies, Ina Cookies, J&C Cookies	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	22
Tabel 3.2 Teknik Pengumpulan Data	30
Tabel 3.3 Hasil uji menggunakan SPSS for windows v25	32
Tabel 3.4 Hasil uji reliabilitas	33
Tabel 3.5 Klasifikasi Penilaian Persentase	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan PT.Favori Corp Sedaya	39
Gambar 4.2 Karakteristik Responden	42
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Model I	44
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Model II	45
Gambar 4.5 Diagram Jalur Model I	48
Gambar 4.6 Diagram Jalur Model II	50
Gambar 4.7 Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	51
Gambar 4.8 Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	52
Gambar 4.9 Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen...	53
Gambar 4.10 Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui.....	55
Keputusan Pembelian	55
Gambar 4.11 Pembahasan Secara Keseluruhan	56

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2013. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Aaker, A. David. 2014. *Building Strong Brands*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alamsyah 2013. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardiwidjaja, R. (2018). *Arkeowisata Mengembangkan Daya Tarik Pelestarian Warisan Budaya* (1st ed.). Deepublish.
- Bahiyah, C., R, W. H., & Sudarti. 2018. Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Vol.2 No.1: 95–103. E-ISSN 2716-4799
- Djazari, M. 2013. Pengaruh Sikap Menghindari Risiko *Sharing* Dan *Knowledge Self-Efficacy* Terhadap *Informal Knowledge Sharing* Pada Mahasiswa Fise Uny. *Jurnal Nominal*. Vol.2 No.2
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handikha, I. M. D., Agung, A. A. G., & Sudatha, I. G. W. 2013. Pengembangan Multimedia Pembelajaran Interaktif Model Luther Pada Mata Pelajaran IPA Kelas VIII Semester Ganjil Tahun Pelajaran 2012/2013 Di SMP Negeri 1 Marga Kabupaten Tabanan Jurusan Teknologi Pendidikan , FIP Universitas Pendidikan
- Harsana, M. Dan Widayati, M.T. 2009. Analisa Pasar Ditinjau dari Persepsi Wisatawan terhadap Kuliner Di Kabupaten Sleman

- Hendriko, Rimelvi. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan konsumen Restoran. *Jurnal Riset Sains Manajemen* .Vol.2 No.2
- Hur et al. 2011. A Structural Model of the Relationships Between Sport Website Quality, ESatisfaction, and E-Loyalty. *Journal of Sport Management*. Vol.25: 458-473.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi13 Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, P., Keller K.L. 2012. Manajemen Pemasaran (Marketing Management), 13th Ed. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, Dwi Indah. 2012. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahass0002-Astra Motor Siliwangi Semarang).Universitas Diponegoro. *Ejournal.Undip.Ac.Id* Vol.1 No1. DOI: <https://doi.org/10.14710/jab.v1i1.4316>
- Kusnilawati, N. 2012. Analysis The Influence Of Brand Equity To Consumer's Loyalty Of Kawasaki Ninja Motorcycle, *Jurnal Mahasiswa Q-Man*. Vol. I No. 3.
- Lee, G. C & Leh, F. C. Y. 2011. Dimensions of Customer -Based Brand Equity: A Study on Malaysian Brands. *Journal of Marketing Research and Case Study*. Vol 1 No.1
- Lukman, Marco Dirgahadi. 2014. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.10 No.1
- Marnah, Mustika. 2018. P Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar. Skripsi. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar

- Maulidiah, Fariza. 2013. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan konsumen (Survei Pada Pemilik Sepeda Motor Merek Honda Yang Memiliki Lebih Dari Satu Unit Yang Melakukan Service Di Dealer Mpm Motor Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 3, no. 1
- Munparidi. 2012. Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Musi Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi Ke-VII*. Vol.7 No.1: 47-54. ISSN: 2085-1375
- Muslich, A. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga Universiti Press
- Nasution, Hamni Fadlilah. 2016. Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*. Vol.4 No.1: 59–75. ISSN 2356-4628
- Nugraha, Agung. 2014. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan (Studi Pada Mie Sedaap). Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta
- Primadany, S. 2013. Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*. Vol.1 No.4: 135–143. E- ISSN: 2503-3867.
- Pujihastuti, I. 2010. Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis Dan pengembangan Wilayah*. Vol.2 No.1: 43–56. Doi: [Http://Www.Ejournal-Unisma.Net/Ojs/Index.Php/Cefar/Article/View/809](http://www.ejournal-unisma.net/ojs/index.php/cefara/article/view/809)
- Putra, E. A. 2015. Anak Berkesulitan Belajar Di Sekolah Dasar Se-Kelurahan Kalumbuk Padang. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Khusus*. Vol.1 No.3: 71–76. Doi: [Https://Doi.Org/10.24036/Jupe60650.64](https://doi.org/10.24036/jupe60650.64)

- Putro, Shandy Widjoyo. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.2 No.1: 1–9. Doi: [Http://Dx.Doi.Org/10.35137/Jmbk.V7i2.286](http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286)
- Sallam, Methaq Ahmed. 2015. The Effects Of Satisfaction And Brand Identification On Brand Love And Brand Equity Outcome: The Role Of Brand Loyalty. *European Journal of Business and Social Sciences*. Vol. 4 No.9
- Saputra, Aswin. 2012. Pengaruh ekuitas merek terhadap pengambilan keputusan pembelian Handphone merek Blackberry Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin. Skripsi. Makassar : Universitas Hasanuddin
- Saputra, I Komang Reka 2017. Analisis Penilaian Ekuitas Merek Coffee Shop Di Bandar Lampung. Skripsi. Bandar Lampung: Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
- Sena, Tety Fadhila. 2013. Variabel Antiseden Organizational Citizenship Behavior (Ocb). *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol.2 No.1: 70–77. Doi: <https://doi.org/10.15294/jdm.v2i1.2489>
- Setyaningsih, Rahmawati. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Dôme Di Surabaya). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Vol.4 No.2
- Shahroodi, Hamed Mohammadi et al. 2015. Evaluating the Effect of Brand Equity on Consumer Satisfaction and Brand Loyalty in Large Retails of the Mazandaran Province (Case Study: Food Products Industry). *European Online Journal of Natural and Social Sciences*. Vol. 4 No. 1
- Siali, Fadhilah et al. 2016. Relationship Between Brand Equity And Consumer Purchase Decision: A Case Of An

International Brand Of Footwear. *International Journal of Service Management and Sustainability (IJSMS)*. Vol. 1 No. 1

Siregar, Khosy Rizki. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara. Skripsi. Medan : Universitas Sumatera Utara

Subandi, Didi. 2010. Analisis Ekuitas Merek (Brand Awareness, Brand Associations, Dan Brand Perceived Quality) Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Minat Mereferensikan. Tesis. Universitas Komputer Indonesia

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Syahputra, Rinaldi. 2017. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*. Vol1. No.2: 169–176. Doi: <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i3.207>

Tjiptono, Ph.D, Fandy. 2011. Manajemen Pemasaran. Indonesia : C.V Andi Offset

Tjiptono, Fandy Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit Andi

Widjarjono, Agus. 2010. Analisis Statistika Multivariat Terapan. Edisi pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Yuhana, A. N&Aminy, F. A. 2019. Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor Dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*. Vol.7 No.1: 79. Doi: <https://doi.org/10.36667/Jppi.V7i1.357>

Wiratna, V. S. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PT Pustaka Baru Pers.

Wijaya Reski. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap

Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Kota Makassar.
Skripsi. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Yusuf, Muhammad Reza. 2018. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Gudang “Yu Djum” Di Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia

Yusup, F. 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*. Vol.7 No.1: 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>

Zahrulianingdyah, A. 2018. Kuliner Sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. *Teknobuga*. Vol.6 No.1: 1–9. Doi: <https://doi.org/10.1529/Itbb.V6i1.166>