

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, D. A. N. N. (2018). Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. In *Researchgate* (Issue October). [www.researchgate.net/](http://www.researchgate.net/)
- Febrian Andrologi. (2014). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND LOYALTY DAN DAMPAKNYA TERHADAP BRAND EQUITY*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August).
- Hidayat, A. (n.d.). <https://www.statistikian.com/>. 2012.
- Khoiruman, M. (2019). Strategi Produk dalam Strategi Pemasaran. In *Distribusi Pemasaran Dotcom*. <https://distribusipemasaran.com/strategi-pemasaran-strategi-produk/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing 14Edition*.
- Sujarweni, V. W. (2014). <https://www.spssindonesia.com/>.
- Wijaya, I. P. S., & Giantari, I. G. A. K. (2018). Analisis elemen elemen brand equity pada produk minuman teh dalam kemasan di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1339.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p08>