

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. D., & Yulianti, I. (2016). Pengaruh Brand Luxury, Brand Awareness dan Product Quality Terhadap Consumer Willingness To Pay (Studi Pada Konsumen iPhone di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Alfitriada, D. M. (2019). Pengaruh Brand Luxury dan Brand Awareness terhadap Willingness To Pay (Studi pada Konsumen Pembeli Motor dengan Mesin diatas 500cc di Indonesia) Danny. *Jurnal Ekonimi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 1(4), 82.
- Amir, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt. Genius Alva Makassar. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 15(3).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Fardhillah, I. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Willingness to Pay Melalui Brand Love Pada Konsumen Smartphone Iphone di Kota Jember. In *Digital Repository Universitas Jember* (Issue September 2019, pp. 2019–2022). FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/101686>
- Farenza, F., Goenawan, F., & Monica, V. (2021). Tingkat Brand Awareness Masyarakat Surabaya pada Tahap Top Of Mind Terhadap Brand Sociolla yang Berlokasi di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(1).
- Goetsch, D. L. dan Stanley, B. D. (2002). *Manajemen Mutu Total, Alih Bahasa; Benjamin Molan, Penyunting Wandasari. Edisi Kedua*.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- . (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- . (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kesembilan. Semarang: badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2004). *Metode Research (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hermanto, T. A. (2019). Pengaruh Brand Luxury dan Product Quality Terhadap Consumer Willingness to pay (Studi pada Konsumen Merek Streetwear di kota Jakarta). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Jienardy, C. (2017). PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. *Gap Analisis Presepsi Dan Ekspetasi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk Esus*, 1(6), 1–8.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Li, T., & Meshkova, Z. (2013). Examining the impact of rich media on consumer willingness to pay in online stores. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(6), 449–461.
- Prawirosentono, S. (2004). *Manajemen Mutu Terpadu*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. (2010). *METODE PENELITIAN BISNIS*. Bandung: Alfabeta.
- (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ramadyanti, M., Wibowo, L. A., & Purnama, R. (2019). Model Luxury Brand dalam Menciptakan Purchase Intention. *Journal of Business Education*, 4(3), 54–66.
- Rizqiana, F., & Kusumastuti, A. E. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesiapan Membayar (Willingness To Pay) Dengan Dimoderasi Reputasi Perusahaan. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(1), 76–86.
- Tawaqal, A. F. (2015). *Ilusi uang: pengaruh sikap, norma subjektif, perceived behavioral control dan batasan anggaran terhadap willingness to pay*. Jakarta: Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah.

Timpal, N. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Attitude Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Siswa SMA dan SMK di Kota Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).

Tjiptono, F. (2011). Seri Manajemen Merek 01: Manajemen dan Strategi Merek. *Yogyakarta: Andi*.

Wijayanti, R. P. (2019). PENGARUH BRAND LUXURY DAN BRAND AWARENESS TERHADAP WILLINGNESS TO PAY (Studi pada Konsumen Tas Chanel di Kota Jakarta). *VOLATILITAS*, 1(4).

