

DAFTAR PUSTAKA

- Accenture. 2013. The New Omni-Channel Approach to Serving Customers: Strategy Implications for Communications Service Providers [Online]. Tersedia pada: , https://www.accenture.com/id-en/~media/Accenture/ConversionAssets/DotCom/Documents/Global/PDF/Industries_2/accenture-new-omnichannel-approach-serving-customers.pdf
- Amilia, Suri. 2015. Pengaruh faktor-faktor ekuitas merek sepeda motor Yamaha terhadap keputusan pembelian masyarakat kecamatan Indra Makmur Aceh Timur. *Jurnal manajemen dan keuangan*. Vol.4, No.1
- Arsjad, Mario Putra. 2016. Pengaruh Experiential marketing, kualitas pelayanan dan driver attitude terhadap kepuasan pelanggan.
- Astri, Choiry. 2014. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Erida, Suswita Roza, dan Shinta. 2015. Pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas konsumen smartphone Samsung berbasis android. *Digest Marketing* Vol.1, No.1
- Faridha, Syarifah & Farid. 2017. Pengaruh corporate branding terhadap keputusan pembelian dengan ekuitas merek sebagai variabel mediasi pada rumah sakit ibu dan anak kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. Vol.8, No.2
- Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamoxzalandari, Belya. 2018. Pengaruh Asosiasi Merek, Kesadaran Merek, Loyalitas Merek, dan Citra Merek terhadap Ekuitas Merek. Skripsi UNY
- Hasyim, Mohammad Alfa. Achmad Fauzi. Dahlan Fanani. 2017. Pengaruh citra merek terhadap word of mouth dan keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.43, No.1
- Jatmiko & Retno Lies Setyawati. 2015. Pengaruh Brand Positioning dan Brand Equity terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. *Jurnal Ekonomi* Vol.6, No.2

- Jinzhe Yan, Kyuseop Kwak. 2016. Empirical Study on Omni-Channel Effect: Eviden form Departement Store Tersedia :<http://www.ejmt.org/download/201611/6.JMT%25EC%2597%2584%25EA%25B8%2588%25EC%25B2%25A0.pdf> (24 Desember 2019)
- Moriarty, R., Moran, U., 1990. Managing hybrid marketing systems. *Harvard Business Review* 68 (6), 146–155
- Prasetya, Dita. 2015. Pengaruh strategi experiential marketing dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas. Skripsi UNY.
- Prajnagaja, Soracca Devi. 2015. Dampak Brand Equity pada keputusan pembelian melalui brand preference konsumen pada produk televise merek sony di Kota Pekanbaru. *Jom FEKON*. Vol.2, No.1
- Rozaqie, Nizar. Suharyono. Andriani Kusumawati. 2016. Analisis Faktor-faktor experiential marketing dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.38, No.1
- Sugiyarti, Gita. 2015. Pengaruh Sense Marketing, Think Marketing, Relate Marketing terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*
- Suyadi, Imam. Aim Muzaqqi, Achmand Fauzi. 2016. Pengaruh kesadaran merek, kesan kualitas, asosiasi merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.31, No.1
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tresna SP, dan Ni Ketut Seminari. 2018. Pengaruh Brand Equity dan Consumer Satisfaction pada Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.7, No.1.
- TM Forum. 2015b. Omnichannel: Navigating New Territory [Online]. Tersedia pada: <https://www.tmforum.org/resources/research-and-analysis/Omnichannel-navigatingnew-territory/> [Diakses 23 Desember 2019]
- TM Forum. 2015c. Omnichannel: Getting the Mobile Channel Right [Online]. Tersedia pada: <https://www.tmforum.org/resources/research-and-analysis/Omnichannelgetting-the-mobile-channel-right/> [Diakses 23 Desember 2019]