

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Assauri, S. (2001). *Manajemen Produksi dan Operasi* (Revisi). Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Dewi, N. K., Andri, G., & Yonaldi, S. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand Body Lotion Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 187–210.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2006). *Business*. Prentice Hall.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (2th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Pearson International Edition.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (Twelfth). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (fifteenth). Erlangga.
- Kresnamurti, A., & Putri, A. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur. *EconoSains*, X, 1–14.
- Kurriwati, N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 48–55. <http://journal.trunojoyo.ac.id/eco-entrepreneur/article/view/994/893>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen, jilid 2* (Kelima). Erlangga.
- Saladin, D. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1* (5th ed.). Erlangga.
- Sinurat, E. R. M. (2015). *Implementasi Direct Marketing Bengawan Solo Coffee Periode 2013*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran* (Ketiga). Andi.
- Tjiptono, F. (2003). *Total Quality Management* (Revisi). Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi.
- Tunggal, A. W. (2008). *Konsep Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Havarindo.
- Ukaj, F. (2016). Direct Marketing: An Imperative In Building Effective Communication In Hospitality Enterprises. *European Scientific Journal, ESJ*, 12(10), 240. <https://doi.org/10.19044/esj.2016.v12n10p240>
- Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(3).
- Yalanda, R. R., & Sadeli, A. H. (2019). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Arabika Malabar Mountain Coffee. 26, 27–38.

[https://kemenperin.go.id/artikel/21704/Lampau-19-Persen-Pada-Kuartal-I-2020,-
Industri-Masih-Berkontribusi-Tinggi](https://kemenperin.go.id/artikel/21704/Lampau-19-Persen-Pada-Kuartal-I-2020,-Industri-Masih-Berkontribusi-Tinggi) diakses Oktober 2020

[https://finance.detik.com/detiktv/d-5232478/bos-haus-bagi-bagi-ilmu-bisnis-
minuman-kekinian](https://finance.detik.com/detiktv/d-5232478/bos-haus-bagi-bagi-ilmu-bisnis-minuman-kekinian) diakses 28 Oktober 2020

