

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, & Biel. (1993). *Brand Equity and Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brand*.
- Andrian. (2018). Dampak Promosi, Brand Awareness, Dan Pemilihan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Sakit Kepala. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis UNIAT*.
- Engle, James F., & W. Miniard, P. (1993). *Perilaku Membeli, edisi ke 6 jilid pertama*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten.
- Kotler, P. & K. L. K. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Lau, G., & S., L. (2000). *Customer Trust in a Brand and Link to Brand Loyalty*. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Stanton, W. J. (1996). *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 7, Jilid 1. <https://doi.org/10.1051/limn/2011044>
- Sugiyono. (2011). *metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*. In Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1164/rccm.200409-1267OC>
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sutrisno, H. (1993). *Metodologi Research. Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset.