

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, & Budiono, H. (2010). *Pengantar Manajemen* (Vol. 2). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asmajasari, M. (1997). *Studi Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran* (Vol. 1). Malang: UMM Perss.
- Baron, R. A., Branscombe, N. R., & Byrne D. (2008). *Social Psychology* (12th ed.). US: Pearson Education.
- Citranuari, J. S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Eprints UNY (Lambung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta)*, 53(9).
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (B. Fatmawati, Ed.; 1st ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Erni Yunaida. (2017). Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media <https://www.researchgate.net/publication/329587407>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* (9th ed., Vol. 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, E. (2010). *A First Look At Communication Theory*. New York: The McGrawHill Companies.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It* (Y. Sumiharti, R. Medya, & Wisnu C. Kristiaji, Eds.). Jakarta: Erlangga.
- Handayani, S. (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Non Eksakta*, 4.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Kasmir. (2008). *pemasaran bank*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P. & K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Boston: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Larson, A. D., Hollis, J. H., & Fulton, R. T. (1986). An equivalence model for vocabulary acquisition in profoundly hearing-impaired children. *Analysis and Intervention in Developmental Disabilities*, 6(4), 45–46. [https://doi.org/10.1016/S0270-4684\(86\)80013-1](https://doi.org/10.1016/S0270-4684(86)80013-1)
- Nastain, M. (2017). Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk). *Channel: Jurnal Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Semarang: EP Press Digimedia.
- Putri, E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Bayi (Studi Kasus Toko Istana Bayi Jalan Arifin Achmad No 88 ABC Pekanbaru, Riau). *2020*, 5(3).
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, S. (2012). *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Schiffman, L. G., K. L. Lazar., W. J. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Upper Saddle River: NJ Pearson Education, Inc.
- Sofjan, A. (2013). *Manajemen Pemasaran: Konsep, Dasar dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Express.
- Solso, R. (2008). *Psikologi Kognitif* (8th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (19th ed.). Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2013b). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel (Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, & Sutopo. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: CV Alfabeta.

- Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran* (M. F. Rakhmat, Ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Thompson, A. A. (2016). *Crafting and Executing Strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings* (22nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Tjiptono Fandy. (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (K. Sihotang, Ed.). Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya.
- Wiratna Sujarweni, V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Yolanda, Y., Pujaseno, G., Damanik, V. P., Yasmen, A. H. R., & Sofya, R. (2019). Pemuda (Pengembangan Mitra Umkm Daerah Lunang Dua) Strategi Penguatan Branding Produk. *Jurnal Ecogen*, 2(2), 141. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i2.6182>
- Zuniarentina. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek Pada Konsumen Maskara Oriflame Di Surabaya. *Jurnal Visioner & Strategis*, 3(1).

