DAFTAR PUSTAKA

Ali Muhson, (2006). Teknik Analisis Kuantitatif, *Jurnal Pendidikan,* Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta. H. 1

Asmajasari, M. (1997). Studi Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran (Vol. 1). Malang: UMM Perss.

Boentoro, Y., & Paramita, S. (2020). Komunikasi Pemasaran Viral Marketing (Studi Kasus Kopi Kwang Koan). Prologia, 4(1), 141–146.

Borishade, T. T., Ogunnaike, O. O., Salau, O., Motilewa, B. D., & Dirisu, J. I. (2021). Assessing the relationship among service quality, student satisfaction and loyalty: the Nigerian higher education experience. Heliyon, 7(7), e07590.

Citranuari, J. S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Eprints UNY (Lumbung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta), 53(9).

Collin, C., dkk. (2012). The psychology book. New York: DK Publishing.

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).

Fandy, Tjiptono. (1995). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta. Andi.

Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media https://www.researchgate.net/publication/329587407

Firmansyah, M. A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. Yogykarta: CV. Budi Utama.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (9th ed., Vol. 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Han, H. et al. (2018) ‘How Image Congruity and Satisfaction Impact Customer Retention At Luxury Restaurants: 46(6), pp. 891–904.

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. Analisa Laporan Keuangan. Edisi Pertama. Jakarta. Rajawali Pers

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.

Kotler, Philip (2009), Manajemen Pemasaran. Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instargram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). In Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial (Vol. 4, Issue 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. EF Press Digimedia.

Park et al. (2021) 'A study of antecedents and outcomes of social media WOM towards luxury brand purchase intention', Journal of Retailing and Consumer Services, 58(September 2020), p. 102272. Available at:https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102272.

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.

Riyanto, S., & Hermawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.

Rossi, M., Ethika, D., & Widyarini, I. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Kopi Pada Kedai Kopi di Wilayah purwokerto. Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA), 5(3), 878–891.

Santoso, S. (2012). Statistik Parametik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.

Sofjan, A. (2013). Manajemen Pemasaran: Konsep, Dasar dan Strategi. Jakarta: Rajawali Express.

Solso, Robert. Dkk. (2008). Psikologi Kognitif Edisi Delapan. Jakarta: Erlangga.

Sugiharto dan sitinjak (2006). *Lisrel.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono, & Susanto, A. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel (Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian). Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (19th ed.). 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.

Sutisna. (2001). Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran (M. F. Rakhmat, Ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tan, Z., Sadiq, B., Bashir, T., Mahmood, H., & Rasool, Y. (2022). Investigating the Impact of Green Marketing Components on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image and Brand Trust. Sustainability (Switzerland), 14(10). https://doi.org/10.3390/su14105939

Thompson, A. A. (2016). Crafting and Executing Strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings (22nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Unaradjan, D. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif (K. Sihotang, Ed.). Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya.

Wardi, Y., Trinanda, O., & Abror, A. (2021). Modelling halal restaurant's brand image and customer's revisit intention. Journal of Islamic Marketing. https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0034

Wiratna Sujarweni, V. (2015). Metodologi Penlitian Bisnis & Ekonomi (1st ed.). Yogyakarta: Pustaka Baru.

Yolanda, S., Indra Arza, F., & Halmawati. (2019). PENGARUH AUDIT TENURE, KOMITE AUDIT DAN AUDIT CAPACITY STRESS TERHADAP KUALITAS AUDIT (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017) Stephanie. Jurnal Eksplorasi Akuntansi, 1(2), 543–555. http://jea.ppj.unp.ac.id/index.php/jea/issue/view/5

Zuniarentina. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek Pada Konsumen Maskara Oriflame Di Surabaya. Jurnal Visioner & Strategis, 3(1).