

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, R. (2008). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Konsekuensinya pada Loyalitas Merek* (studi empiris merek Sunlight pada karyawan PT APAC INTI Corpora).
- Acharya, A. S., Prakash, A., Saxena, P., & Nigam, A. (2013). Sampling: why and how of it? *Indian Journal of Medical Specialities*, 4(2), 3–7. <https://doi.org/10.7713/ijms.2013.0032>
- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- Alma, B. (2011). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. In Pemasaran dan Pemasaran Jasa.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (2nd ed., Vol. 2). Alfabeta.
- Buana, F. R. (2011). *Pengaruh Kepercayaan Merek, Presepsi Switching Cost dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas*. Univeritas Diponegoro, 1–57.
- CHOIRUL MARATI, N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3), 1–12.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). *Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen*. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 5, Issue 1). <https://doi.org/10.2827/jeim.v5i1.1359>
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). *Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Djumarno, Anjani, S., & Djarmaluddin, S. (2018). *Effect of Product Quality and Price on Customer Loyalty through Customer Satisfaction*. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 7(8), 12–20. [http://www.ijbmi.org/papers/Vol\(7\)8/Version-1/C0708011320.pdf](http://www.ijbmi.org/papers/Vol(7)8/Version-1/C0708011320.pdf)
- Gardner, B., Levy, S. (1955). *Produk dan Merek* (Wahyu (ed.); 33rd ed.).

- Golomski, W. A. (2004). *American Society for Quality Control (ASQC) Encyclopedia of Statistical Sciences*.
<https://doi.org/10.1002/0471667196.ess0035>
- Halim, P., Swasto, B., Hamid, D., & Firdaus, M. R. (2014). *The Influence of Product Quality , Brand Image , and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty (Survey on Customer Brand Sharp Electronics Product at the South Kalimantan Province)*. *European Journal of Business and Management*, 6(29), 159–166.
- Kelompok, M., Kuliah, M., Sektor, A., Terapan, P., Hadi, S., Studi, P., & Akuntansi, M. (2016). *Fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya* 2016. 1–41.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. In: *Manajemen Pemasaran*. In *Edisi Millenium*, Jilid 1 (13th ed., Vol. 1, pp. 11–40). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2011). *Marketing Management* (N.J: Pearson.k. (ed.); 14th ed.).
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Philip, G. A. (2012). Edisi 13. Jilid 1, Jakarta:Erlangga. In *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* Jilid 1. In Jakarta.
- Nam, J., Ekinci, Y., & Whyatt, G. (2011). *Brand equity, brand loyalty and consumer satisfaction*. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1009–1030.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.015>
- Oghojafor, B. A. et al. (2014). *Melalui Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah di Semarang"*. *Analisis Manajemen Journal*. 4 (2).
- Perengkuan Valentine, Tumbel Altje, W. R. (2014). *Analisis pengaruh brand image dan celebrity endorsment terhadap keputusan pembelian produk shampo Head and Shoulders di 24 mart Manado*No Title. *Jurnal Emba*.
- Rimiyati, H., & Widodo, C. (2014). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Merek Samsung Galaxy Series (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah YOGYAKARTA)*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 223–234.
- S.A., S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Banyumedia.

- Scarlet, D. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sekaran, Uma dan Bougi, R. (2012). *Research Methods for Business Research Methods for Business*. *Research Methods for Business*, 1, 1–13. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1419.3126>
- Setiadi, N. J. (2003). *Konsep dan Implikasi untuk Strategi & Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Sitanggang, J. M., Sinulingga, S., & Fachruddin, K. A. (2019). *Analysis Of The Effect Of Product Quality On Customer Satisfaction And Customer Loyalty Of Indihome ATPT Telkom Regional 1 Sumatera, Medan, North Sumatra, Indonesia*. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 2(3), 26–37.
- Song, H. J., Wang, J. H., & Han, H. (2019). *Effect of image, satisfaction, trust, love, and respect on loyalty formation for name-brand coffee shops*. *International Journal of Hospitality Management*, 79(June 2018), 50–59. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.12.011>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. In *Metodelogi Penelitian* (p. 334). www.alfabeta.com
- Widya, T. (2013). *Evaluasi Penerapan Sistem Pengendalian Intern Atas Penjualan Dan Penagihan Piutang Pada Pt. Laris Manis Utama Cabang Manado*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 20–29.