

DAFTAR PUSTAKA

- Wu, Yeh dan Hsiao, 2011. The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands
- Desiarista dan Triastuti 2011, Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen
- Ridwan dan Palupiningdyah, 2014. Pengaruh nilai emosional, nilai sosial dan nilai kualitas terhadap kepuasan pelanggan.
- Ambarwati, Mukhammad dan Mawardi, 2015. Pengaruh citra merek terhadap minat beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent)
- Arifin dan Fachroddi, 2015. Pengaruh persepsi kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli konsumen ban achilles di Jakarta Selatan
- Purnomo, 2016. Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras lokal (studi kasus desa rambah utama)
- Maghfiroh, Arifin dan Sunarti, 2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo)
- Amalia, 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa.
- Khairiyah dan Yunita, 2018, Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas Dan Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Tvs Di Kota Bengkulu.
- Munawwarman dan Saefuloh, 2019. Pengaruh Nilai yang Dirasakan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sepatu Olahraga Merek Lokal dan Internasional.