

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2015). *20 Prinsip Esensial Mengelola Dan Mengembangkan Brand*. Gramedia Pustaka Utama.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Meilani, Y. F. C., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Chandra, C., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176–185. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506>
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Teori Kasus dan Solusi*. Alfabeta.
- Fajariah, N., Thoyib, A., & Rahman, F. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Image terhadap Brand Loyalty pada Generasi Y di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(3), 471–480. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.3.08>
- Falsafani, M. (2020). Pengaruh Self-Image Congruence Terhadap Brand Association, Perceived Quality, Brand Trust, Dan Brand Loyalty Pada Milenial Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3529>
- Ghozali, I. (2014). *Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0 Update Bayesian SEM*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. (2011). *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya.
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra University, Faculty of Economics and Business. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3627548>
- Halawa, D. A., & Dewi, L. K. C. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Merek Ultra Milk Di Kabupaten Badung (Studi Pada Konsumen Ultra Milk di Kabupaten Badung-Bali). *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i1.19424>
- Hamdanah. (2009). *Psikologi Perkembangan*. SETARA Pres.

- Hartono, J. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Juliana, K. E., Telagawathi, N. L. W. S., & Susila, G. P. A. J. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen*, 5(3), 1–8. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i3.178>
- Keller, K. (2013). *Strategic Brand Manajemen Building Measuring, Managing Brand Equity*. Pearson Education Inc.
- Kertajaya, H. (2010). *Brand Operation The Official MIM (Markplus Institute of Marketing Academy Coursebook)*. Esensi Erlangga.
- Kholil, S. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Ciptapustaka Media.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Kedua Bela)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Manajemen Pemasaran (Tiga Belas)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran (Dua Belas)*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Prentice Hall Inc.
- Kusuma, N. B. A. P., & Miartana, I. P. (2018). Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Association Brand Preference dan Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 100–119.
- Muri, Y. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Predanamedia Group.
- Nadhiroh, U., & Astuti, R. (2021). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(1), 401–412. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.1.401-412.2022>
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(8), 621–632. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Perdana, R. K., & Wardhani, N. I. K. (2021). Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador Dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. 7(May), 56–63.
- Peter, P., & Olson, J. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Kesembilan)*. Salemba Empat.
- Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty

- Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, 11(2), 70–78.
- Rahmawati, & Ma'ruf. (2020). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Minute Maid Pulpy Orange di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2), 109–118.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus-Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ristanti, D., Arifin, R., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Awareness dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Sari Roti (Studi Pada Konsumen Sari Roti Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8(9), 37–54.
<https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/131%0Ahttp://repository.unair.ac.id/17124/2/gdlhub-gdl-s1-2009-nurleilifa-15453-fis.s.38-0.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.appdev.2016.03.001%250Ahttps://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/>
- Rizal, A. S., Telagawathi, N. L. W. S., Yulianthini, N. N., & Putra, K. E. S. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Merek Nike Di Singaraja Futsal. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 374.
<https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3890>
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Ketiga). Bayu Media Publishing.
- Vanessa, G. (2007). *CRM dan MPR Hotel*. Alfabeta.
- Wahana, V., Siregar, R. T., Harahap, K., & Putri, D. E. (2019). Pengaruh Persepsi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. 5(2), 97–109.
- Wedangga, I. M. G. (2020). Brand Image Dan Country Of Origin Untuk Memprediksi Purchase Decision Konsumen: Variabel Perceived Quality Sebagai Variabel Mediasi. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(6), 276–281.
<https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027%0Ahttps://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/%0A???>
- Zamroni. (2013). *Pendidikan Demokrasi Pada Masyarakat Multikultur*. Ombak.