

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2016). *Manajemen Pemasaran Strategi* (8th ed.). Salemba Empat.
- Aaker A David. (2016). *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum Mitra Utama.
- Alma Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. PT Alfabeta.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
<https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2021). *Hasil Sensus Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2000-2020*. BPS Kota Batam.
<https://batamkota.bps.go.id/indicator/12/66/1/penduduk-kota-batam-hasil-sensus-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>
- Dülek, B., & Saydan, R. (2019). the Impact of Social Media Advertisement Awareness on Brand Awareness, Brand Image, Brand Attitude and Brand Loyalty: a Research on University Students. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 9(2), 470–494.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.Companies>
- Effendi, V., & Liemmongan, J. (2017). Managing Brand Equity: A Case Study of PT. X. *IBuss Management*, 5(1), 43–54.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Ghozali, P. D. H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (25th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indah, N. U. R., & Maula, R. (2018). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Outlet Elzatta Purwokerto). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 50(1), 50–52.
- Janitra, I. M. D. P., & Pramudana, K. A. S. (2016). Pengaruh Variabel Demografi Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Philips LED I Made Diksa Prawira Janitra 1 Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Peningkatan masalah lingkungan dan upaya badan pemerri. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 5(8), 5013–5040.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. (2017). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (19th ed.). Salemba.
- John W Creswell. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Kadek, N., Widyantari, S., & Suparna, G. (2016). *Citra Merek Dengan Preferensi Merek Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Gunawan dan Suprpti (2015) menyatakan bahwa tren produk ramah lingkungan mulai berkembang dengan pesat akibat pengaruh pemanasan global , Ni. 5(5), 2828–2855.*
- Koninklijke Philips N.V. (2021). *Profil Perusahaan Philips*.
<https://www.philips.com/a-w/about.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan G. A. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.

- Kotler, P. dan K. L. K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga (ed.); 13th ed.). PT Indeks.
- Laksono, A. W., & Suryadi, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, *I*(1), 9–12.
- Mowen, John C Minor, Micheal, R. D. (2016). *Consumer Behavior*. Chicago Business Press.
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *4*(1), 1–12.
- P Putra, Y., Heryanto, B., & Juwarni, D. (2019). *Analysis of Brand Awareness and Perceived Quality on Repurchase Intention of Indonesian Insurance Companies*. *383(Icss)*, 484–489. <https://doi.org/10.2991/icss-19.2019.28>
- PT. Philips. (2021). *Sejarah PT. Philips Indonesia*. <https://www.philips.com/a-w/about.html>
- Putu, I., Semadi, Y., & Ariyanti, M. (2018). The Influence of Brand Experience, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty of Abc-Cash. *Asian Journal of Management Sciences & Education*, *7*(3), 12–23.
- Rauf, N., Kamase, J., & Dewi, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, Kualitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Merek. *CESJ: Center Of Economic Students ...*, *2*(3), 189–203.

<http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/view/336>

- Sanusi, A. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. (2016). *Consumer Behavior* (11th ed.). Global Edition.
- Sopiah & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Vivin Juniati Simamora. (2016). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek*.