

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi* (8th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Alhaddad, A. (2014). The Effect of Brand Image and Brand Loyalty on Brand Equity. *Journal of Business and Management Invention*, 3(5), 28–32.
- Baig, A. J., & Batavia, A. R. (2014). Impact of Customer Satisfaction , Brand Image and Advertisements on Brand Loyalty of “ Sting (Energy drink)” with Special Focus on Karachi. *European Journal of Business and Management*, 6(37), 49–57.
- Balakrishnan, B. K. P. D., Dahnili, M. I., & Yi, W. J. (2014). The Impact of Social Media Marketing Medium toward Purchase Intention and Brand Loyalty among Generation Y. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 177–185. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2014.07.032>
- Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy Jr, E. J. (2009). *PEMASARAN DASAR Pendekatan Manajerial Global*. (D. Sunardi, Ed.) (16th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- H, W. F., Djaja, S., & Sukidin. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Dealer Garuda Motor I Kecamatan Gambiran Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11.
- Hariyana, N. (2013). PENGARUH PENGGUNAAN IKLAN ENDORSER PRODUK SABUN LUX MEDIA TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN PRODUK SABUN LUX DI KABUPATEN JEMBER. *JEAM*, XII(1), 1–24.
- Hasugian, J. T. M. (2016). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Husaini, F. N., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2017). THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION AND BRAND TRUST ON BRAND LOYALTY (Survey on Undergraduate Student as User of Apple iPhone in University of Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(1), 32–38.
- Irizandy, M. A. H., Suharyono, & Arifin, Z. (2017). PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Pengguna Kartu Perdana SimPATI Khusus Internet di GraPARI Telkomsel Cabang Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 151–158.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Principles of Marketing* (Thirteenth). United States of America: Pearson Higher Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing Management*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). United States of America: Pearson.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (I). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Samarinda: LaksBang PRESSindo.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS Plus! Tata Cara dan Tips Menyusun Skripsi dalam Waktu Singkat*. Yogyakarta: MediaKom.
- Riduansyah, M., Suharyono, & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepatu Merek Adidas di Adidas Store Mal Olympic Garden Malang), *41*(1), 163–169.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumanto. (2014). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Syamsudin, M. (2017). PENGARUH IKLAN, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP PEMBELIAN MODEM SMARTFREN Muhammad Syamsudin. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *6*(8), 1–21.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2013). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Variano, V. (2017). Pengaruh citra merek, harga , dan kualitas layanan terhadap loyalitas merek konsumen kereta api, 5(3).
- Wardani, D. K., Paramita, P. D., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Repurchase Itention. *Journal of Management*, 2(2).
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Winatapradja, N. (2013). Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Donat J.Co Donuts & Coffee Di Manado Town Square. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(3), 958–969.