

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. Manajemen ekuitas merek. Jakarta: Mitra Utama.
- AB Susanto & Philip Kotler. 2000. Manajemen pemasaran di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Ade Irawan, I. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi pada aplikasi online di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 17–32.
- Adiwidjaja dan tarigan, 2017. "Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu Converse".
- Aghekyan-Simonian, M., et al. 2012. The role of product brand image and online store image on perceived risks and online purchase intentions for apparel. *Journal of Retailing and Consumer Services* 19, 325-331.
- Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing*
- Anita Ermawati. 2018. Pengaruh brand image dan brand trust terhadap purchase decision produk united. *AGORA* Vol. 6, No. 2
- Arif Rahman. 2010. Strategi dasyat marketing mix for small business: Cara jitu merontokkan Pesaing. TransMedia. Jakarta.
- Armstrong, Michael. 2006. A handbook of human resource management practice edition. London: Kogan Page
- Assauri,Sofjan. 2011. Manajemen pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swastha. 2010. Analisa dan perilaku konsumen. BPFE.Yogyakarta
- Boush, D. M., & Jones, S. M. (2006). A Strategy-Based framework for extending brand image research. In L. R. Kahle & C.-H. Kim (Eds.), *Creating images and the psychology of marketing communication* (pp. 3–29). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Buchari Alma, (2011), Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa, Cetakan kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault, and E. Jerome. McCarthy. (2008).Pemasaran dasar-pendekatan manajemen global, Jakarta: Salemba empat.
- Cheng& Jou (2017). Essentials of services marketing, xxi, 505 p. Fort Worth: Dryden Press.
- Crosby, Philip B. (1979), Quality is free : The art of making quality. Certain, New York : New American Library.
- D. P. Prabowo, D. H. Yanuarsari, And R. A. Pramunendar, "Persepsi user experience terhadap aplikasi pesan antar makanan online (Studi kasus pengguna aplikasi madhang.Id)," *J. Inform. Upgris*, Vol. 6, No. 1, Pp. 48–55, 2019, Doi: 10.26877/Jiu.V6i1.5784.

- Dharmmesta, B.S., Irawan (2005). Manajemen pemasaran modern. Yogyakarta: Liberty
- Dina Apriani, Asep Muhammad Ramdan, Dicky Jhoansyah (2023). Analisis kepuasan konsumen dan harga terhadap *customer loyalty*, Journal of Consumer Satisfaction, Vol 14.
- Dinda Afifah Alzagladi, Corry Yohana, dan Nadya Fadhilah. 2021. Peran *price* dan promotion terhadap purchase decision dalam menggunakan layanan online food delivery. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 2 No. 1
- Djasmin Saladin. 2003. Manajemen pemasaran. Bandung : Linda Karya
- Dwi Arum Kesuma. (2017). Pengaruh kinerja brand image dan trust terhadap customr loyalty (Survey kpada pelanggan alat berat excavator merk koblco di kota Bandung), Journal Business Management and Entrepreneurship Education, Volume 1, Number 1, April 2016
- Ehsani, Z., & Ehsani, M.H., 2015, Effect of quality and *price* on customer satisfaction and commitment in Iran Auto Industry, International Journal of Service Sciences, Management and Engineering. 1(5), 52-56.
- Engel et al (2016). Customer loyalty, repurchase and satisfaction, Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, 24,
- Esa Dava Perwira Herlambang. 2020. Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Universitas Semarang
- Eunsang Yoon and Valerie Kijewski. 1997. Dynamics of the relationship between product features, quality evaluation, and pricing, pricing strategy & practice, 5(2), pp.45-60.
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service, quality & satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Farid Al Rizky. 2021. Pengaruh price, brand trust dan product quality terhadap purchase decision produk skincare the body shop (Studi kasus: Di lingkungan mahasisiwi Universitas Siber Asia). Jurnal Ilmu Siber.
- Felicia Juliani Leliga (2021) Analisa pengaruh brand image terhadap customer loyalty dengan customer satisfaction sebagai mediator pada the dreamland luxury villas and spa, Bali. ISSN-332-4322
- Ferdinand. (2006). Pengembangan minat beli merek ekstensi. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro
- Freddy, Rangkuti, 2011, SWOT balanced score card, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Garvin, D. A. (1987). Managing quality. New York: The Free Press.
- Garvin, D.A., 1987, Competing on the eight dimensions of quality, Harvard Business Review, November-December, 101-109.
- Giddens (2016). Customer loyalty, menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. Jakarta: Erlangga.
- Gong, W., Stump, R.L. And Maddox, L.M. (2013). Factors influencing consumers online shopping in China, Journal of Asia Businss Studies, Vol. 7, No. 3, pp. 214-230.

- Ha, J., & Jang, S.SC. (2012). The effects of dining atmospherics on behavioural intentions through quality perception. *Journal of Service Marketing*, 26(3), 204-215.
- Hendri dan Herlina Budiono, 2021, Pengaruh brand image, brand trust, eWOM terhadap purchase intention pada produk H&M pada masa pandemi covid-19, *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume III No. 2.
- Heryenzus. 2017. Pengaruh price dan product quality terhadap consumer purchase decision pada Pt Semen Holcim Batam. Universitas Putera Batam
- Horovitz, J. (2000). *Seven secrets of service strategy*. Great Britain: Prentice Hall.
- Hoyer, W.D., MacInnis, D.J., & Pieters, R. (2013). *Consumer behavior* (6th ed). South-Western: Cengage Learning.
- Ilman Prasetyo, 2020, Pengaruh brand image dan service quality terhadap purchase intention, *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, Volume 5 No.1.
- Imelda Aprileny, Afzalur Rochim, Jayanti Apri Emarawati (2022), Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4), Vol.31 Issue: 2, pp.60-76.
- Indri Hastuti Listyawati (2018). Pengaruh kepuasan pelanggan, citra merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada handphone Xiaomi di Yogyakarta, Vol. 9. No. 1. pp. 37-45.
- Isnaini Nuzula Agustin, Lily Purwianti, Tasya Gebbee Hasvia, Nevi Ariyu De Utami, Gita Aulia, Joy Happy Jones (2023). Pengaruh product quality, service quality terhadap customer loyalty ayam geprek goldchick yang dimediasi oleh customer satisfaction. *Total Quality Management*. Vol. 20, No. 9, 953-96
- Jayanti, E, Samsir, & Musfar, T.F. 2018. Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada produk kecantikan merek make over di kota Pekanbaru. *JOM FEB*. Vol.1. Edisi-1. Januari-Juni. 1-15.
- Jogiyanto, H. (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Penerbit Andi.
- Kartawidjaja (2016). Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di laundry 5ASEC Surabaya, *Journal Manajemen Perhotelan*, Vol 4 no 2.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic brand management ; building, measuring, and. managing brand equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education.
- Kotler dan Armstrong. 2012. "Prinsip-prinsip pemasaran". Erlangga: Jakarta.
- Kotler P., Armstrong, G., 2009, *Dasar-dasar pemasaran* , Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta [22]
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip. 2008. *Manajemen pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler Philip. 2008. *Manajemen pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta

- Kotler, P., & K. L. Keller. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., 2012, *Manajemen pemasaran di Indonesia, analisis , perencanaan, implementasi dan pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat. [25]
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – prinsip pemasaran manajemen*, Jakarta
- Kotler, Philip and Keller. (2007). *Manajemen pemasaran, Jilid 1*, PT. Indeks Kelompok, Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen pemasaran, Jilid I*, Edisi. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip, and Garry, Amstrong, (2007). *Dasar-dasar pemasaran 9th edition*, Vol 1, PT. Index Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Jilid 1,. Erlangga, Jakarta
- Kotler. P., dan Armstrong, G., 2012, *Prinsip-prinsip pemasaran, alih bahasa: Damos Sihombing, Jilid 2, edisi kedelapan*, Jakarta: Penerbit Erlangga [21]
- Kotler., & Armstrong, G., 2012, *Principle of Marketing, 14th Edition*. New Jersey, Published by Prentice Hall.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk ekonomi dan bisnis*. Erlangga.
- Lee, Har Chai., Eze, Uchenna Cyril., and Ndubisi, Nelson Oly. (2011). *Analyzing key determinants of online repurchase intention*, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic, Vol. 23 Issue: 2, pp. 200-221.
- Lovelock, C., Patterson, P., & Walker, R. (2001). *Services marketing : An Asia- Pacific perspective* (2nd ed). Sydney: Pearson Education.
- Ludu Luzuardi Latif. 2021. *Pengaruh customer experience dan brand image terhadap purchase decision*
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Martin, W., & Bridgmon, K. (2012). *Quantitative and statistical research methods: from hypothesis to results*. New Jersey, USA: Jossey-Bass.
- Maxwell, J. A. 1996. *Qualitative research design: An interactive approach* London, Applied Social Research Methods Series.
- McCarthy, Jerome, E.; Perreault, William D. (2003). *Dasar-dasar pemasaran, 5th edition*, alih Bahasa: Agus Darma. Jakarta: Erlangga.
- Mihing, Shairen Octavia dan Budiyanto. 2021. “Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada lululalang cafe di Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 10 (3).
- Mirza, Bilawal, and Muhammad Ali. (2017). “An assessment of relationship among service quality, price perception and customer satisfaction in the formation of consumer’s purchase intention.” *Kuwait chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* 6(12):10–21. doi: 10.12816/0041751.

- Mohd, Rizaimy Shahrudin, Wan Mansor Suhardi, Abu Hassan Anita, Wan Omar Maznah, and Harniza Harun Ety. (2013). "The relationship between product quality and purchase intention: The case of Malaysias National Motorcycle/Scooter Manufacturer." *African Journal of Business Management* 5(20):8163–76. doi: 10.5897/ajbm11.267.
- Muhammad Rizan., dkk. 2012. Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty teh botol sosro survei konsumen teh botol sosro di food court Itc Cempaka Mas, Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Nurfahrisya Adisti Anggraeni, Primaraga S Indra Wicaksono .2023.The influence of price product quality and brand image on purchase decisions bear brand milk.Enrichment: Journal of Management
- Prasetyo Harisandi , Purwanto (2022) The effects of price, brand image, and product quality on customer loyalty and repurchase (A study case on customers of walls products). Vol. 3. No.2.
- Putro, S.W, Samuel, H, Karina, R, dan Brahmana. 2014. Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran happy garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.2, No.1, 1-9.
- Rangkuti, Freddy. 2004. Manajemen persediaan aplikasi di bidang bisnis. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ratri. (2007). Hubungan antara citra merek (brand image) operator seluler dengan loyalitas merek (brand loyalty) pada mahasiswa pengguna telepon seluler di fakultas ekonomi reguler Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Rifai, A., Inapty, B. A., & Pancawati M., R. S. 2016. Analisis faktor–faktor yang memengaruhi keterlambatan daya serap anggaran (Studi Empiris Pada SKPD Pemprov NTB). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 1–10.
- Rio Riza Maulana (2018). Pengaruh *brand image* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* (Studi Pada Rumah Makan Padang Murah), The Clute Institute International Academic Conference.
- Rizqy, R.R.R, Warso, M.M dan Fathoni, A. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia, Cabang Semarang). *Journal of Management*. Vol.2, No.2, Maret.
- Ruth Natalia Soemali, Diah Dharmayanti(2015) Pengaruh product innovation, product quality dan brand image terhadap customer loyalty dengan competitive advantage sebagai variabel intervening di PT. Wijaya Indonesia Makmur Bicycle Industries Gresik, *Journal of Marketing Management*, Vol. 02, No. 2, pp79-93.
- Sari, D., & Soliha, E. (2021). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian e-commerce tokopedia di kota Semarang. *Proceeding SENDI_U*, 341-348.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman. dan Kanuk. 2018. *Persepsi kualitas, consumer behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall

- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen edisi Ketiga (Vol. 3)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shum, Y.Y., 2010, *The effect of perceived product quality and perceived service quality on customer satisfaction and loyalty in fast fashion retailers*, thesis. Hong Kong. The Hong Kong Polytechnic University
- Simamora, Henry. 2002. *Akuntansi manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sonmez, E. Esiyok. (2014). *The effect of brand image in creating customer loyalty in retail banking*. Turkey, Atilam University.
- Srivastava, R. K. (2009). *Measuring brand strategy: Can brand equity and brand score be a tool to measure the effectiveness of strategy?* *Journal of Strategic Marketing*, 17, 487-497
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Steven Benedictus Darmono (2023) *Pengaruh product quality terhadap customer loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening pada pengguna iphone di Surabaya*, *Engineering Economics*, ISSN1392 – 2795.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, S. (2008). *Analisis pengaruh word of mouth positif yang diterima terhadap minat beli konsumen pada penjualan kartu Simpati Telkomsel di kalangan mahasiswa Fisip UI*. *Jurnal Universitas Indonesia*
- Taherdoost, H. (2016). *Sampling methods in research methodology; how to choose a sampling technique for research*. *How to choose a sampling technique for research* (April 10, 2016).
- Umar, H. (2003). *Metode penelitian aplikasi dalam pemasaran*. Gramedia.
- Untung Widodo (2015). *The influence of product quality, brand image, and quality of service to customer trust and implication on customer loyalty*, *European Journal of Business and Management*, Vol 6, No. 29.
- Wang, Y. H., & Tsai, C. F. (2014). *The relationship between brand image and purchase intention: evidence from award winning mutual funds*. *The International Journal of Business and Finance Research*
- Wiji Astuti (2023). *Pengaruh product quality, brand image dan price terhadap customer loyalty dengan satisfaction sebagai variabel intervening pada produk hand and body lotion merek citra (studi pada pengguna hand and body lotion citra di kabupaten Kebumen)*, *Tourism Review*, Vol. 65 Iss 2.
- Winardi, 2010, *Manajemen perilaku organisasi*, Edisi revisi, Jakarta: Kencana.

Yamit, Z. 2013. Manajemen kualitas produk dan jasa. Cetakan keenam. Yogyakarta. Penerbit Ekonisia.

Yoki Devianti (2020). Pengaruh *brand image* terhadap *loyalty konsumen* melalui kepuasan konsumen gojek Sidoarjo, The International Journal Of Business & Management, ISSN 2321-8916