

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiidjaja, A. J. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).
- Alamsyah, D. P. (2016). Kepercayaan Konsumen Pada Produk Organik. *Ecodemica*, 4(2), 146–155.
- Anjani. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Lipstik Revlon (Studi Kasus Konsumen Lipstik Revlon di Yogyakarta). In *UNY* (Vol. 4).
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. In *Pendekatan Praktik*. Reska Cipta.
- Bunga, Geofanni, dan Chairy. 2010. Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 3, No. 2, Agustus 2010.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Citra Merek) dan Kepercayaan Merek (Kepercayaan Merek) Terhadap Loyalitas Merek (Loyalitas Merek) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Palupi, Y., Meilani, Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2019). *The influence of brand communication, Citra Merek, brand satisfaction, and Kepercayaan Merek on Loyalitas Merek*. XXIV(03), 412–426. <https://doi.org/10.2991/insyma-19.2019.31>
- Broadbent, S., Bridson, K., Ferkins, L., & Rentschler, R. (2007). Brand Love, Citra Merek and Loyalty in Australian Elite Sport. *Ethos*, 15(3), 15–18.
- Dharmmesta, B.S., dan Handoko, T.H., 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFB.
- Ernawati, Untung. 2012. Dimensi Kualitas dan Harga Sebagai Faktor Penentu Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 12, No. 2, Oktober 2012. 166-167.

- Farida, Indriani dan Dini Hendiarti. 2009 “Studi Mengenai Efektifitas Iklan Terhadap Citra Merek Makapai Garuda Indonesia”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol8, No1, Mei 2009). 83-106
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa : Bob Sabran, M.M. Edisi 12 Jilid Satu dan Dua. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, John, C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2 Edisi ke-5*. Alih bahasa oleh Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Prastiwi, Silviana Anggun. 2013. *Pengaruh Citra Merek dan Harga Pasta Gigi Closeup Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. Skripsi Universitas Negeri Padang.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand, teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Mengembangkan Merek*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. In Seventh Edition (pp. 1–447).
- Statista, ‘2022, Pengguna Media Sosial Indonesia Mencapai 125 Juta _ Databoks’, *Databoks. Katadata. Co. Idok*, 2021
- Sudirman, Acai, Syamsuriansyah Syafika Alaydrus, Siti Rosmayati, Opan Arifudin Lucky Nugroho, Anne Haerany Ita Musfirowati Hanika, and Khairul Rijal Fenny Damayanti Rusmana, *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*, ed. by Febrianty, 1st edn (Bandung: Penerbit Widina, 2020)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 23rd edn (Bandung: Alfabets cv, 2016)
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suharyadi, Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*, ed. by Dedy A. Halim dan Rosidah, 3rd edn (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2017)
- Swasta, Basudan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.

Penerbit Liberti.Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management dan Strategi*. Yogyakarta:Andi Offset.

Tjiptono,Fandy.2008.StrategiPemasaran.Yogyakarta :Andi.

Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*,8(2), 62–69.

Tirtaatmaja, D. I., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza pada PT. Hasjrat Abadi Tendeand Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*,