

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, R. Aj. EP. 2019. "Pengaruh Brand Trust, Brand Equity Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro Di Wonosobo)." *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 6 (2): 112–21. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>.
- Dina Amalia. 2018. "6 Tujuan Pemasaran Yang Perlu Anda Ketahui." 5 Maret. Retrieved November 15, 2023 (<https://blog.jejualan.com/6-tujuan-pemasaran-yang-perlu-anda-ketahui/>).
- Disperdagin. 2020. "Apa Itu Brand ?" 11 Desember. Retrieved November 16, 2023 ([https://disperdagin.tanjungpinangkota.go.id/index.php/kegiatan/1706-apa-itu-brand#:~:text=Definisi awal dari brand sendiri, \"trademark\" atau merek dagang](https://disperdagin.tanjungpinangkota.go.id/index.php/kegiatan/1706-apa-itu-brand#:~:text=Definisi awal dari brand sendiri, \)).
- Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. 2020. "Pengertian Pemasaran, Fungsi, Dan Jenis Pemasaran Dalam Bisnis." 19 September. Retrieved November 15, 2023 (<https://ekonomi.bunghatta.ac.id/index.php/id/artikel/510-pengertian-pemasaran-fungsi-dan-jenis-pemasaran-dalam-bisnis#:~:text=Definisi marketing atau pemasaran adalah,ke konsumen atau perusahaan lain>).
- Firanzulah, Firanzulah, Dwi Rahim Safavi Vinny, Nadia Jeni Saputri Anggi, and Sudrajat Ajatt. 2021. "Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 18 (1): 1–9.
- Hertina, Dede, and Denisa Wulandari. 2022. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian." *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4 (12): 5379–84. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1988>.
- Kholida Qothrunnada. 2022. "Perbedaan Consumer Dan Customer, Jangan Salah!" 21 September. Retrieved November 16, 2023 (<https://finance.detik.com/solusiukm/d-6302055/perbedaan-consumer-dan-customer-jangan-salah#:~:text=Kesimpulannya%2C perbedaan utama consumer dan,adalah pihak yang membeli barang>).
- Krisnan. 2021. "7 Pengertian Populasi Menurut Pendapat Para Ahli." 12 Mei. Retrieved November 18, 2023 (<https://meenta.net/pengertian-populasi/>).
- Manik, Cornelia Dumarya, Anthony Salim, and Sugiyarto Sugiyarto. 2021. "Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang* 8 (1): 25. <https://doi.org/10.32493/skr.v8i1.9716>.
- Muhtarom, Abid, Muhamad Imam Syairozi, and Hesty Lovi Yonita. 2022. "Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural

Equation Modelling (SEM) - Partial Least.” *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10 (S1): 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>.

Nurjaya, Nurjaya, Nur Imam Dutawaskita, Heri Erlangga, Hastono Hastono, and Denok Sunarsi. 2022. “Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Keputusan PT Lautan Surga Di Jakarta.” *Jurnal TADBIR PERADABAN* 2 (1): 80–92.

Oliviana, M, L Mananeke, and C Mintardjo. 2017. “Pengaruh Brand Image Dan Wom (Word of Mouth) Terhadap Loyalitas Pada Rm.Dahsyat Wanea.” *Jurnal EMBA* 5 (2): 1081–92.

Pratamasari, Vanny Febryana, and Eman Sulaeman. 2022. “Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Forum Ekonomi* 24 (2): 422–32. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>.

Rita. 2018. “Brand Image.” 27 *Maret*. Retrieved September 16, 2023 (<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/03/27/brand-image/#:~:text=Menurut Freddy Rangkuti>).

Siti Zahroniya, Mohammad Yahya Arief2, Yudha Praja. 2022. “PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK WARDAH MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo).” *Prosiding Nasional*, 262–70. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/2181%0Ahttps://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/download/2181/1436>.

Sitoresmi, Ayu Rifka. 2022. “Data Sekunder Adalah Sumber Yang Telah Ada Sebelumnya, Pahami Definisi Dan Contohnya.” 25 *Desember*. Retrieved November 16, 2023 (<https://www.liputan6.com/hot/read/5163230/data-sekunder-adalah-sumber-yang-telah-ada-sebelumnya-pahami-definisi-dan-contohnya?page=4>).

Supriyadi, Supriyadi, Wahyu Wiyani, and Ginanjar Indra Kusuma Nugraha. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 4 (1): 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>.

Syafnidawaty. 2020. “Data Primer.” 8 *November*. Retrieved November 16, 2023 (<https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/#:~:text=Menurut Danang Sunyoto>).

VERONIKA, ELZA, Burhanudin AY, and Ida Aryati. 2018. “Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Martabak Brengos(D`Mrongos) Solo.” *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 7 (2): 148. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.487>.

Widjaja, William, and Devi Rahnjen Wijayadne. 2023. "Knowledge Hiding in Small Medium Enterprise Owned by Family Business: The Role of Knowledge Complexity, Psychological Ownership and Avoidance Motivation." *Media Ekonomi Dan Manajemen* 38 (1): 15. <https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3030>.

Yunisda D. 2023. "Pengertian Merek Menurut Para Ahli, Lengkap Dan Terbaru." *1 Oktober*. Retrieved November 16, 2023 (<https://www.idntimes.com/business/economy/yunisda-dwi-saputri/pengertian-merek-menurut-para-ahli>).

Yunita, Puput, and Lies Indriyatni. 2022. "Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow ( Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang )." *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS* 5: 279–87.