

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D. (2017). Analisis Pengaruh Consumer Attributes, Brand Awareness Attributes, dan Brand Image Attributes terhadap Brand Equity dan Keputusan Memilih Jasa Pendidikan (Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi Di Bengkalis). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 36–50.
- Buttle, F. (2007). Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan). *Terjemahan Oleh Arief Subiyanto. Malang: Bayu Media Publishing.*
- Fatmawati, D., & Triastity, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Konsumen Lumbung Batik Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(2).
- Ferrinadewi, E. (2008). Pengaruh threat emotion konsumen dan brand trust pada keputusan pembelian produk susu Anlene di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, 1(2), pp-1.
- JUITA, T., Anastasya, F., & Taridi, M. (2019). *THE CORRELATION BETWEEN STUDENTS' WRITING MOTIVATION AND WRITING ABILITY OF ISLAMIC SENIOR HIGH SCHOOL AS'AD JAMBI*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing, thirteen edition*. New Jersey, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management, New Jersey: Person Education. Inc.*
- Lisdyawati, E. (2014). *GAMBARAN KESESUAIAN ANTARA HARAPAN DAN KENYATAAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SALON KECANTIKAN RUMAH CANTIK MUSLIMAH & SPA "DESI KHADIJAH" PALEMBANG*. Politeknik Negeri Sriwijaya.

- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 59–70.
- RIZKI, S. P., & MUDIANTONO, M. (2016). *ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing celebrities*. Elex Media Komputindo.
- Utomo, G. W., & Prabawani, B. (2017). PENGARUH Brand Ambassador dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 287–297.
- Aaker, D. A. (n.d.). dalam Aris Ananda. 2013. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F. Bin, & Akram, S. N. (2011). Impact of brand image, trust and affect on consumer brand extension attitude: the mediating role of brand loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(5), 73–79.
- Buchari, A. (2013). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. *Bandung: Alfabeta*.
- Engel, J. F., Blackwell, R., & Miniard, D. W. (1990). Perilaku Konsumen Jilid I (Boediono. Terjemahan). *Jakarta: Bina Rupa Aksara*.
- Ferrinadewi, E. (2008). Pengaruh threat emotion konsumen dan brand trust pada keputusan pembelian produk susu Anlene di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan*, 1(2), pp-1.
- Irawan, H. (10 C.E.). Prinsip kepuasan pelanggan. *Jakarta: Elex Media*

Komputindo, 54, 55.

Isyanto, P., & Muslihat, A. (2012). *STRATEGI PENGEMBANGAN KINERJA GURU ATAS DASAR LINGKUNGAN KERJA, KOMPETENSI, PERAN KEPEMIMPINAN DAN DISIPLIN PADA YAYASAN DAARUL QUR'AN KLARI KABUPATEN KARAWANG*.

JUITA, T., Anastasya, F., & Taridi, M. (2019). *THE CORRELATION BETWEEN STUDENTS' WRITING MOTIVATION AND WRITING ABILITY OF ISLAMIC SENIOR HIGH SCHOOL AS'AD JAMBI*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Keller, K. L. (2003). Brand synthesis: The multidimensionality of brand knowledge. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 595–600.

Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.

Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114–116.

Kotler, P. (2007). Being known or being one of many: the need for brand management for business-to-business (B2B) companies. *Journal of Business & Industrial Marketing*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing, thirteen edition*. New Jersey, NJ: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Arsmstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga. Jakarta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management, New Jersey: Person Education*. Inc.

- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion marketing communications*. John Wiley & Sons.
- Lin, N.-H., & Lin, B.-S. (2007). The effect of brand image and product knowledge on purchase intention moderated by price discount. *Journal of International Management Studies*, 2(2), 121–132.
- Machfoedz. (2015). Tingkat Pengetahuan Tentang Faktor Risiko Persalinan dengan Tingkat Kecemasan dalam Menghadapi Persalinan pada Ibu Hamil Trimester III di Puskesmas Sleman Yogyakarta. *Jurnal Ners Dan Kebidanan Indonesia*, 3(3), 169–175.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 3(12).
- Putra, M. I. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing celebrities*. Elex Media Komputindo.
- Sabarguna, B. S. (2004). *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit, Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY*. Yogyakarta.
- Savitri, M. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. STIE Ekuitas.
- Schiffman, L. G. (2004). *dan Kanuk. 2004. Consumer Behaviour, Upper Saddle River*. New Jersey: Prentice Hall. Inc.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. *Jakarta: Indeks*.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*.
- Suryaningsih, D. (2018). *Pengaruh Zaskia Adya Mecca sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Beli Konsumen Butik Meccanism Yogyakarta*.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran Esensi & Aplikasi. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Aaker, D. A. (n.d.). dalam Aris Ananda. 2013. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. *Jakarta: Spektrum Mitra Utama*.
- Anwar, A., Gulzar, A., Sohail, F. Bin, & Akram, S. N. (2011). Impact of brand image, trust and affect on consumer brand extension attitude: the mediating role of brand loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences, 1(5), 73–79*.
- Buchari, A. (2013). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. *Bandung: Alfabeta*.
- Engel, J. F., Blackwell, R., & Miniard, D. W. (1990). Perilaku Konsumen Jilid I (Boediono. Terjemahan). *Jakarta: Bina Rupa Aksara*.
- Ferrinadewi, E. (2008). Pengaruh threat emotion konsumen dan brand trust pada keputusan pembelian produk susu Anlene di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan, 1(2), pp-1*.
- Irawan, H. (10 C.E.). Prinsip kepuasan pelanggan. *Jakarta: Elex Media Komputindo, 54, 55*.
- Isyanto, P., & Muslihat, A. (2012). *STRATEGI PENGEMBANGAN KINERJA GURU ATAS DASAR LINGKUNGAN KERJA, KOMPETENSI, PERAN KEPEMIMPINAN DAN DISIPLIN PADA YAYASAN DAARUL QUR'AN*

KLARI KABUPATEN KARAWANG.

- JUITA, T., Anastasya, F., & Taridi, M. (2019). *THE CORRELATION BETWEEN STUDENTS' WRITING MOTIVATION AND WRITING ABILITY OF ISLAMIC SENIOR HIGH SCHOOL AS'AD JAMBI*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Keller, K. L. (2003). Brand synthesis: The multidimensionality of brand knowledge. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 595–600.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114–116.
- Kotler, P. (2007). Being known or being one of many: the need for brand management for business-to-business (B2B) companies. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing, thirteen edition*. New Jersey, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management, New Jersey: Person Education*. Inc.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion marketing communications*. John Wiley & Sons.
- Lin, N.-H., & Lin, B.-S. (2007). The effect of brand image and product knowledge on purchase intention moderated by price discount. *Journal of*

International Management Studies, 2(2), 121–132.

- Machfoedz. (2015). Tingkat Pengetahuan Tentang Faktor Risiko Persalinan dengan Tingkat Kecemasan dalam Menghadapi Persalinan pada Ibu Hamil Trimester III di Puskesmas Sleman Yogyakarta. *Jurnal Ners Dan Kebidanan Indonesia*, 3(3), 169–175.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 3(12).
- Putra, M. I. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1).
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing celebrities*. Elex Media Komputindo.
- Sabarguna, B. S. (2004). *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit, Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng-DIY*. Yogyakarta.
- Savitri, M. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. STIE Ekuitas.
- Schiffman, L. G. (2004). dan Kanuk. 2004. *Consumer Behaviour, Upper Saddle River*. New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). Perilaku konsumen. *Jakarta: Indeks*.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan*.
- Suryaningsih, D. (2018). *Pengaruh Zaskia Adya Mecca sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Beli Konsumen Butik Meccanism*

Yogyakarta.

- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi.*
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran Esensi & Aplikasi. *Yogyakarta: CV Andi Offset.*
- Doucett, E. (2008). *Creating your library brand: communicating your relevance and value to your patrons.* American Library Association.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* 23.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora. co. id. *EProceedings of Management*, 3(1).
- Gujarati, D. N., Bernier, B., & Bernier, B. (2004). *Econométrie.* De Boeck Brussels.
- Irawan, H. (10 C.E.). Prinsip kepuasan pelanggan. *Jakarta: Elex Media Komputindo*, 54, 55.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing, thirteen edition.* New Jersey, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran. edisi Kedua. *Jakarta: Erlangga.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management, New Jersey: Person Education.* Inc.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion marketing communications.* John Wiley & Sons.
- Mazuanda, D. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA DISTRO VEARST JEANS BANDUNG (Survey pada pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung).* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.

- Resky, R., & Kuncoro, E. A. (2012). Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Motivasi dan Dampaknya terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia. *Binus Business Review*, 3(1), 400–412.
- Santoso, S. (2007). *Konsep dan Aplikasi dengan AMOS*. Elex Media Komputindo.
- Siregar, D., Arisandi, D., Usman, A., Irwan, D., & Rahim, R. (2017). Research of simple multi-attribute rating technique for decision support. *Journal of Physics: Conference Series*, 930(1), 12015.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*.
- Sugiyono. (2015b). *Metode penelitian manajemen*.
- Adiwiwijaja, A. J. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5(2).
- Herliza, R., & Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung). *EProceedings of Management*, 3(2).
- Hidayat, R. (2015). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian lampu philips (studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 3(1), 305–310.
- Safitri, M., Yusuf, M., & Mutia, A. (2018). *PENGARUH MEREK, KUALITAS, HARGA DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK BUSANA AZILA RUMAH MUSLIM JAMBI. UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI*.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41–53.