

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- American Marketing Association*. 2017. *Definitions of Marketing*. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>. Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2021.
- A. Shimp, T. (2014). A. Shimp, T. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*.
- Abdullah, Thamrin Dan Francis Tantri., (2013). (2015). *Manajemen Pemasaran*. Cet. Ii. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Adam Akbar (2011): Pengaruh Kualitas Produk In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Ghozali, I. (2013). Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Patrial Least Squeres Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. In *Universitas Diponegoro*.
- <http://devirafardilasari.blogspot.com/2018/11/biskuit-roma-slai-olai.html>. Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2021.
- <https://id.scribd.com/document/375734117/PT-MAYORA-INDAH-TBK-docx>. Diakses 2 Juli 2021
- <https://www.kaskus.co.id/thread/5f2d7f2e5cf6c42273474c0b/rasa-selai-biskuit-slai-olai-strawberry-terlalu-manis/>. Diakses Pada Tanggal 12 Juni 2021
- <https://www.mayoraindah.co.id/landing/Merek-6>. Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2021.
- Hutabarat, M. M. & E. (2016). *Manajemen Pemasaran : Dalam Kompetisi Global* (Issue 10).
- Imtihan, & Irwandi. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG IKAN

ASIN DI KOTA PADANG. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 16 (1), 75–87.

- Jemma. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk pada Loyalitas Pelanggan Hp Oppo di Kota Palopo. *Manajemen. Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah*.
- Khasanah, A. N. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kosmetik Berlabel Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta*.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. In *PT. Indeks Kelompok Gramedia* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Edition Limited*.
- Larasati, M. A. (2019). *Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek, Asosiasi Merek, Brand Attachment, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Cleo di Surabaya*. 1–17.
- Limakrisna, N., & Purba, togi parulian. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran, satu ulasan Mitra Wacana Media*. Mitra Wacana Media.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, Thirteenth Edition*. In *Mc Graw Hill Education*.
- Nugroho, A. P. (2018). *"Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Pada Konsumen Frestea Di Kotamadya Yogyakarta)*.
- Nurhayati, & Wijaya Murti, W. (2012). Analisis Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat terhadap Produk Handphone. *Jurnal UNIMUS*.
- P, A. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Zanafa Publishing.
- Rangkuti, F. (2010). Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Sekaran, U. dan R. B. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan*

Pengembangan-Keahlian (edisi 6). Salemba Empat.

- Setyaningrum, F., & Wati, N. J. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang). *JAMSWAP; Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(4), 17–25.
- Simamora, H. (2013). *Paduan Perilaku Konsumen*. Gramedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. (2016). *Salesmanship : Kependjualan*,. Bumi Aksara.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh brand Image, brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.
- Top Brand Award. 2021. Top Brand Index Fase 2 Biskuit Sandwich Fase 2 Tahun 2016-2020. https://www.topbrand-award.com/top-brandindex/?tbi_find=Slai%20%E2%80%99lai. Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2021.
- (Topbrand-award.com). Diakses Pada Tanggal 30 Maret 2021.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(1), 44–48.
- Winata, E. (2020). *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pula pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan)*. 8(2), 25–32.