

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A., Gulzar, A., Fahid, B.S., Akram, S. . (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-.
- Dimiyati, M. (2018). *pendekatan hayati: strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan yang dinamis*. Jakarta: mitra wacana media.
- Endra, F. (2017). *pedoman metodologi penelitian*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Ferina, D. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen Edisi 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Bisnis Multivariante dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawati. (2019). Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen. *Effect of Work Motivation, Organizational Commitment, and Organizational Culture on Work Satisfaction and Performance of Teachers Inpublic Junior High School Pekanbaru*, 7(2), 210–221.
- Kertajaya, H. (2011). *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khoiriyah-, U. Z. (2020). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( STUDI KASUS PADA KONSUMEN MCDONALD ' S MT . HARYONO*.
- Khoiroh, M., Budiwati, H., & Qoshim, R. A. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Susu Kedelai Madu (Studi Kasus Pada Home Industri Susu “SKM” di Desa Labruk Kidul Kecamatan Sumbersuko Kabupaten Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(September), 186–195.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Malau, H. (2016). *manajemen pemasaran*. alfabeta.
- Manap, h. abdul. (2016). *revolusi manajemen pemasaran*. Jakarta: Mitra wacana media.
- Mandagi, M. D. (2014). Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian kartu GSM tri di Manado. *Jurnal Emba ISSN 2303-1174*, 2 no.3.
- Natajaya, D. (2017). PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI IMPLIKASI DARI DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK HONDA CBI50R (Survey pada PT. Arimbi Amartapura Bandung). *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v7i1.471>
- Nurzaini, Y., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 360–370.
- Porter, M. E. (2018). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul* (Edisi ke 2). Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Priansa, lili adi wibowo dan donni juni. (2017). *manajemen komunikasi dan pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Rachman, mohammad munir. (2019). *aplikasi komputer statistik*. Surabaya: Badan Penerbit Adi Buana University Press.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2000). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan r&d*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, U. dk. (2009). *Pemasaran Strategik: Strategi untuk Pertumbuhan perusahaan dalam penciptaan nilai bagi pemegang saham*. Jakarta: Penerbit Inti Prima Promosindo.
- Sunarto. (2006). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit UST Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy*. CV. Yogyakarta: Andi Offset.