

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2009). *Brand Equity and Advertising. Advertising Role in Building Strong Brand*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ardiansyah, R. A. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Susu Indomilk Di Kecamatan Wonokromo Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)*, 1(1), 338-346.
- Engel, J. F. (1994). *Perilaku Konsumen (Terjemahan)*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Evawati. (2012). Kualitas Produk dan Citra Merk (Brand Image) McDonald: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 1(2), 184-191.
- Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 204-225.
- Gasperz, V. (2005). *Pedoman Implementasi Six Sigma*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazali, G. (2006). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2008). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giese, J. L. (2000). *Defining Consumer Satisfaction*. Retrieved from [www.amsreview.org/articles/giese01-2000.psf](http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.psf).
- Husein, U. (2000). *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ibrahim, M. &. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Jogiyanto, H. M. (2009). *Konsep dan aplikasi PLS (Partial Least Square)*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Kartajaya, H. (2010). *Connect*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, H. (2005). *Elemen Marketing Hermawan Kertajaya on Brand*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Kotler, P. (1992). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jakarta : Intermedia.

- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition. International Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran. Jilid kedua. (10th ed)*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian. Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Alih bahasa : Benyamin Molan*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., A. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, M. &. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 86-102.
- Lutpiah, P. E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Manager. Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 251-256.
- Maharani, O. R. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcick Wardah). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntans*, 4(1), 97-111.
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasution, M. N. (2005). *Manajemen Mutu Tepadu (Total Quality Management). Edisi Kedua*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Patmawati, N. S. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Emina Di Mall Kota Kasablanka. *IKRA-ITH EKONOMIKA*, 3(3), 73-83.
- Peter, J. O. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prayitno, Y. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Bakmi Raja Nikmat Cabang Royal Plaza Surabaya. *Agora*, 6(2).
- Rachmansyah, A. &. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Dok dan Perkapalan Surabaya (PERSERO). *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2(12), 1-21.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sari, D. R. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Yamaha Mio. *YUME: Journal of Management*, 4(1).
- Setyaningsih., D. D. (2004). Pengaruh Citra merek terhadap Efektifitas Iklan. *Jurnal Media Mahardika*, 2(3).
- Shimp. (2000). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi. Edisi 2*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (1996). *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yulistara, A. (2018). *60% Orang Indonesia Pilih Beli Produk Asing Ketimbang Lokal*. Retrieved Desember 1, 2021, from [https:// www.cnbcindonesia.com/lifestyle/ 20180326194751-33-8635/60-orang-indonesia-pilih-beli-produk-asing-ketimbang-lokal](https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180326194751-33-8635/60-orang-indonesia-pilih-beli-produk-asing-ketimbang-lokal)