

DAFTAR PUSTAKA

- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Koampa, S. H., Tumbuan, W. J. F. A., & Arie, F. V. (2017). Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan brand image terhadap customer royalty. *Emba*, 5(3), 3622–3631.
- Simanjuntak, E. S. M., & Ardani, I. G. K. S. (2018). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Daya Tarik Promosi Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Transportasi Uber Taksi Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(2), 874. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i02.p12>
- Cahayani, C. O., & Sutar, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 208–222. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.128>
- Caroline, O., & Karina, R. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Pada Merek Imaparts. *Agora*, 6(1).
- Chandra, Y. P., & Subagio, H. (2019). Analisa Pengaruh Produk Quality terhadap Brand Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediator pada Brand Uniqlo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2), 1–6.
- Claranita, L. (2020). Analisa Pengaruh Produk Quality Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Madame Chang Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.
- Indriani, R. N. & F. (2017). Studi Mengenai Brand Communication, Brand Image Dan Brand Trust Serta Pengaruhnya Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/18041/17110>
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381–390.

<https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>

- Nugroho, M. A., & Hidayati, L. L. A. (2021). Pengaruh Brand Association, Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Consumer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk Smartphone Merek Xiaomi Di Magelang. *UMMagelang Conference Series*, 566–584. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/4684>
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Asy'ari, A. H., & Jayen, F. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Merek Handphone Merek Samsung di Kalimantan Selatan. *Jurnal Pundi*, 3(3), 235. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.198>
- Caroline, O., & Karina, R. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction Pada Merek Imaparts. *Agora*, 6(1).
- Irawati, C. (2021). Pengaruh Brand Experience dan Brand Image terhadap Brand Loyalty pada Pelanggan BonCabe di Jakarta: Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 16. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10230>
- Koampa, S. H., Tumbuan, W. J. F. A., & Arie, F. V. (2017). Pengaruh kualitas produk, pelayanan dan brand image terhadap customer royalty. *Emba*, 5(3), 3622–3631.
- Parasayu, D. A., Produk, K., & Pembelian, K. (n.d.). *KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE GORENG MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 FISIP UNDIP SEMARANG)* ¹Dinda Annisa Parasayu, *Administrasi Bisnis*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro ²Widay.
- Parman, dan, & Susanto. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Waroeng Spesial Sambal. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 7(1), 133–157.
- Pratama, J. K. (2018). Analisis Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Brand Loyalty Mobil Toyota Yaris dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Petra Business & Management Review*, 4(1), 115–129. <http://publication.petra.ac.id/index.php/breview/article/viewFile/9159/8238>
- Rasputri, E. M., & Lestariningsih, M. (2018). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Produk Quality Terhadap Brand Loyalty Fuji Xerox. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(9), 1–25. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1658>

- Subagja, SE., MM., I. K., & Istoto, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Melon Pt. Syafina Niaga. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i2.189>
- Winnie, W., & Keni, K. (2020). Prediksi Brand Experience Dan Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty: Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 501. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i2.7944>
- Yeboah-Asiamah, E., Quaye, D. M., & Nimako, S. G. (2016). The effects of lucky draw sales promosi on brand loyalty in mobile telecommunication industry. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(1), 109–123. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-09-2013-0076>
- Mu'tashim, M. I., & Slamet, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10(2), 118–132. <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30131>
- Putra, I. G. W. S. C. (2021). Evaluasi Pengaruh Produk Quality, Produk Innovation Dan Marketing Promosi Terhadap Brand Image Ikea. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.30813/digismantech.v1i1.2264>
- Rachmawan, A. (2018). Analisis pengaruh kualitas produk, brand trust, brand image dan kepuasan pelanggan terhadap brand loyalty pada air mineral aqua (studi kasus pada konsumen air mineral aqua di Wilayah Tangerang Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(1), 11–29.
- Ridho, M., & Suharyono. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Kartu Prabayar Simpati, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 53(1), 125–131.
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>
- Setiawati, M., & Rudolf, L. (2017). Pengaruh Promosi Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness. *Manajemen Bisnis Kompetensi*, 12(01), 75–83. <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/MB/article/view/1361/1495>
- Soraya, I. (2015). Pengaruh Promosi Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Cipaganti Travel. *Komunikasi*, VI(2), 11–23. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2462/1698>

- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (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>
- Tommy, T. (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Alat Angkat / Crane Xyz Pada Pt.Abc. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i2.4833>
- Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio E-Kons*, 10(3), 220. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- imam ghazali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)* (3rd ed.). Universitas Diponegoro.
- Simanjuntak, E. S. M., & Ardani, I. G. K. S. (2018). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Daya Tarik Promosi Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Transportasi Uber Taksi Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(2), 874. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i02.p12>
- Sugiyono. (2010). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.