

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of Name*. New York: The Free Press.
- Alfansi, L., Sargeant, A., Alfansi, L., & Sargeant, A. (2006). *desired customer benefits Market segmentation in the Indonesian banking sector: the relationship between demographics and desired customer benefits*.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (10th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Ansah, A. (2017). *Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*, 6(2), 5–9.
- Assauri, Sofjan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarts: Indeks.
- Awino, B. A. (2018). *Effects of Market Challenger Strategies on Performance Of Vernacular Radio Broadcasting Firms In Western Kenya*. (September).
- Beverland, M. (2005). *Beyond Products Brand Management Brand Management and The Challenge of Authenticity*. 460–461.
<https://doi.org/10.1108/10610420510633413>
- Brunner, C. B. (2016). “Impact of symbolic product design on brand evaluations.” *Journal of Product & Brand Management*, Vol 25 (Iss 3 pp).
- Diab, B. (2009). *(Studi Kasus Pada Gies Batik Pekalongan) Sertifikasi*.
- Divisi Kepatuhan & Dukungan Hukum. (1992). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. 19(7), 1–43.
https://doi.org/10.20595/jjbf.19.0_3
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gaëlle, P. (2014). *Recherche Et Applications En Marketing (English Edition)*. (June 2009). <https://doi.org/10.1177/205157070902400203>
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dngan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gu, M. (2013). *The Impact of Visual Appearance on Brand Image*.
- Hamidah, S., & Anita, D. (2013). *Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android. (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia)*.
- Jin, W., & Sok, L. A. O. P. (2017). *Unpacking Brand Management Superiority: Examining the Interplay of Brand Management Capability, Brand Orientation and Formalisation "*
- Kotler, Philip & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: INDEKS.
- Kuncoro. (2000). *Manajemen Perbankan; Teori; Dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Maisya, F. (2013). *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung Di Pt Bank Negara Indonesia, Tbk Cabang Bukittinggi*, 1–12.
<https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Marquis, M. S., Buntin, M. B., Escarce, J. J., & Kapur, K. (2007). The Role Of Product Design In Consumers' Choices In The Individual Insurance Market. *Health Services Research*, 42(6 P1), 2194–2223.
<https://doi.org/10.1111/J.1475-6773.2007.00726.X>
- Meenaghan, T. (2004). *The Role of Advertising In Brand Image Development*.
- Moschis, G. P., Lee, E., Mathur, A.,(2006). *Targeting The Mature Market: Opportunities And Challenges*.
- Nasution, H. F. (2008). *Analisis Pengaruh Promosi Dan Komunikasi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Tebing Tinggi, 2008 USU Repository* © 2008.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). *Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*, 2(2), 119–128. <https://doi.org/2337-7860>
- Oladepo, Onigbinde Isaac, & Abimbola, Odunlami Samuel. (2015). *The Influence of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision- A Study Of Beverage Consumers In*. 3(4), 97–109.
- Permata, Anindia Indah Nugroho, Martinus Rosadi Handoyo, E. S., & Kusuma, I. A. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Bank Pada Generasi Milenial Di Jabodetabek*. Program MM Sekolah Bisnis Dan Ekonomi Universitas Prasetya Mulya.

- Purwandi, L. (2016). *Indonesia 2020: The Urban Middle Class Millennials*
INDONESIA 2020: The Urban Middle-Class Millennials.
- Putra, Surya Yanuar. (2016). *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*,
123–134.
- Rachman, B. J., & Santoso, S. B. (2015). *Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Pada Customer Distro Jolly Roger Semarang). Journal Of Management, 4(1), 1–15.*
- Sadiq, M., Khan, S., & Khan, M. (2014). *Bank Selection Criteria: a Study in Malaysia. Actual Problem of Economics 7, 157: 429-435.*
- Sihabudin. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Handphone Samsung. Jurnal Manajemen & Bisnis, 17–36.*
- Suciningtyas, W. (2012). *Management Analysis Journal. UNS Journal, 1(1).*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, P. (2012). *Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang.*
- Supranto, & Limaksari, N. (2011). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suryanti Agustinar, 2018. Wawancara oleh Erwin Hutapea. Kompas.com, 4 September. Diakses pada 16 Mei 2018.
<https://properti.kompas.com/read/2018/09/04/224500021/kpr-generasi-milenial-tantangan-bagi-perbankan>.
- Tai, J., & Chew, W. (2012). *Brand Management*. Jakarta: PT. Indeks.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Veloutsou, C., Guzmán, F. (2017). *The Evolution Of Brand Management Thinking Over The Last 25 Years As Recorded In The Journal Of Product And Brand Management. <https://doi.org/10.1108/JPBM-01-2017-1398>*