

DAFTAR PUSTAKA

- Akbarini, Y. F. (2017). Pengaruh Kelompok Referensi, Differensiasi Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan (Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo). *Ilmu Manajemen*, 5(1), 1-8.
- Amanah, D., & Harapan, D. A. (2019). Loyalitas Konsumen: Implikasi dari Diferensiasi Produk dan Nilai Emosional. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 15-26.
- Calvin dan Samuel (2014). Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Economic Benefit Terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi PT. Sequislife di surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol 2, No 1 (2014)*.
- Dewi, R. S., Rahadhini, M. D., & Suprayitno. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Skincare Larissa Aesthetic Center Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(4), 502-510.
- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Bakso Boedjang Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017. *e-Proceeding of Applied Science*, 3(2), 430-452.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Harahab, E. F. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Knowledge Manajemen*, 12(1), 12-20.
- Hunt, C. S., & Mello, J. E. (2015). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Utomo Press.

- Karim, D., Sepang, J. L., & Soepeno, D. (2020). Pengaruh *Relationship Marketing* dan Suasana Kafe Terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Kopi Billy Kawasan Megamas. *Jurnal EMBA*, 8(1), 136-145.
- Khoiroh, M., & Budiwati, H. (2019). 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*, 2(1), 68-77.
- Kotler, Philip & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jilid 1 dan 2, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cetakan Pertama. Penerbit. Cakra Ilmu. Jakarta
- Nighsih, D. (2019). Analisa Brand Image dalam Pengambilan Keputusan Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Pemasaran*, 3(1), 55-68.
- Purwati, A. A., Kristanto, K., & Suhermin. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Diferensiasi Produk, dan Strategi *Relationship Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Agung Toyota Harapan Jaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), 286-296.
- Putri, T. (2017). Pengaruh *Relationship Marketing* dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Hotel Sapadia Kecamatan Pasir Pengaraian). *JOM FISIP*, 4(2), 1-10.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2015). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur. *e-Proceeding of Applied Science*, 1(2), 1059-1076.
- Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2019). Pengaruh E-WOM, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2), 233-246.
- Sandala, D., Massie, J. D., & Tumbuan, W. J. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mom Milk Manado. *Emba*, 7(3), 2721-2730.

- Sari, I. N., & Manurung, H. P. (2020). Pengaruh Selebriti Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung di Kabupaten Asahan. *Manajemen, Ekonomi Sains*, 1(2), 1-9.
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. (2010). *Consumer behavior* (10 th Edition). New Jersey: Pearson Education.
- Setiawan, O., Simorangkir, E. S., & Purwati, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, *Relationship Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship*, 1(1), 64-77.
- Shimp, A. T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- T. Velnampy, PS Sivesan, 2012, *Customer Relationship Marketing and Customer Satisfaction : A Studi on Mobile Service Providing Compainess In Srilangka*, Journal of Business Org
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wardhanie, A. P. (2019). *Marketing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Www.Otomotif.kompas.com diakses pada 08 juni 2020 pukul 23.00
- Www.mobil88.astra.co.id diakses pada 20 Desember 2019 pukul 20.20
- Www.otosia.com diakses pada 20 desember 2020 pukul 22.15