

DAFTAR REFERENSI

Bahriyah, E. N., & Tambunan, R. M. (2019). ANALISA PENCITRAAN TERHADAP PERLUASAN MEREK SKH KOMPAS BAGI PEMBACA DI JAKARTA. KOMUNIKOLOGI: *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(01).

Djaslim Saladin, 2001, "Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian". Penerbit :Lindakarya, Bandung.

Farid Yuniar Nugroho. 2011. Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen. Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".

Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jalilvand, Mohammad Reza., Neda Samiei, Seyed Hessamaldin Mahdavinia. 2011. The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention: An Application of Aaker's Model in the Automobile Industry. *International Business and Management*. Vol. 2, No. 2. 2011, pp. 149-158.

Kamyar., Kianpour, et al. 2014. *Environmentally friendly as a new dimension of product quality*. Vol XXXI (5), 547-565. Retrieved from Emerald Insight.

Kurniawan. Adi, 2012. *Keputusan Pembelian dan Faktor Loyalitas Pelanggan Dalam Pemasaran Online*. Mustika Utama. Surakarta.

Kurniawan, D. (2018). Komunikasi model laswell dan stimulus-organism-response dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.

Kotler, Philip 1997, Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Control, Jakarta : Prenhallindo.

Kotler, Philip. (2002). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium. Jakarta : Prenhallindo.

Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran (Marketing Management)* (Jilid 1, edisi 13). Indonesia: PT Index.

Kotler, Armstrong. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga

Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta

Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2011. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran.Edisi 12. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Momani, R. A. (2015). The impact of brand dimension on the purchasing decision making of the Jordanian consumer for shopping goods. *International Journal of Business and Social Science*, 6(7), 149-168.

Onigbinde, I. O., & Odunlami, S. A. (2015). The influence of brand image and promotional mix on consumer buying decision-a study of beverage consumers in Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, 3(4), 97-109.

Sanusi, A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Sugiyono dalam Intan. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2011.

Sumarwan, Ujang dkk, *Riset Pemasaran dan Konsumen : Panduan Riset dan Kajian : Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Resiko*, PT Penerbit IPB Press, Bogor, 2011

Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Wardani, E. S., & Santosa, A. (2020). PENGARUH HALLYU, AMBASSADOR MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ATAS PRODUK REPUBLIK NATUR DI YOGYAKARTA. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 203-211.

Sumber web:

<https://mediaindonesia.com/read/detail/264938-jakarta-av-week-2019-dukung-industri-audio-visual> diakses pada 3 mei 2020

<https://www.lg.com/id/tentang-lg/press-and-media/lg-raih-lebih-dari-140-penghargaan-ces-2019> diakses pada 4 mei 2020

<https://studylibid.com/doc/348753/persepsi-konsumen---euis-nurul-bahriyah> diakses pada 31 Agustus 2020