

DAFTAR PUSTAKA

- A., Morissan M., D. (2012). *Metode Penelitian Survei*.
- Agus Purwadi. (2020). *Regresi Linear Berganda: Teori dan Aplikasi dengan SPSS dan R*. Prenada Media.
- Arndt, J. (1967). Role of product-related conversations in the diffusion of a new product. *Journal of Marketing Research*, 4(3), 291-295.
- Brown, J. J., & Reingen, P. H. (1987). Social ties and word-of-mouth referral behavior. *Journal of Consumer Research*, 14(3), 350–362.
- Budelmann, K. (2019). *Brand Identity Essentials, Revised and Expanded: 100 Principles for Building Brands*.
- Cindy, A. B. (2017). Analisis Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survey Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 53(9), 5–7.
- Drucker, P. (1967). *The Definitive Guide to Getting the Right Things Done*.
- Fayol, H. (1916). *General and Industrial Management*No Title.
- Firdaus Muhammad dan Achmad Sjahrul Firdaus. (2019). *Analisis Regresi dan Uji F*.
- Frederick Herzberg. (1966). *Work and the Nature of Man*.
- Garett J. Longwell. (1994). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name: David A. Aker, The Free Press, New York (1991). *Journal of Business Research*, 29, 247–248.
- Grunig, J. E. (2001). *Excellence in Public Relations and Communication Management*.
- Heding, T., Knudtzen, C., & Bjerre, M. (2008). Brand Management Research, Theory and Practice. *Brand Management: Research, Theory and Practice*. <https://doi.org/10.4324/9780203996171>
- Herr, P. M., Kardes, F. R., & Kim, J. (1991). Effects of word-of-mouth and product-attribute information on persuasion: An accessibility-diagnostics perspective. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 454–462.
- Jamaludin. (2015a). *Metode Penelitian Administrasi Publik*.
- Jamaludin, A. (2015b). *etodologi penelitian dan aplikasi statistik dengan SPSS*.
- Jogianto. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE Yogyakarta.
- Judge, S. P. R. dan T. A. (2019). *Organizational Behavior*. Pearson Education Limited.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *he part played by people in the flow of mass communications*. Free Press.
- Kotler P, K. K. (2016). Marketing Management 15th edition. *England: Pearson Education*, Hlm 173.
- Lestiani, E. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap

- Ecolabelling Pada Keputusan Pembelian Green Product. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 3(2), 07–13. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v3i2.243>
- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Masri Singarimbun. (1989). *Metode Penelitian Survei*.
- Maulana, M. F., Nawangsih, & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 78–88.
- Muhamad Bagus Muliando. (2021). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Samsung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15, 110–114. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.20153>
- Pada, P., Di, K. F. C., & Bengkulu, K. (2020). 95 - 107. *15(1)*, 95–107.
- Patri, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Just Cafe Di Makassar. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Perreault Jr., W. D., & Cannon, J. P. (2018). *A Marketing Strategy Planning Approach*.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller; penerjemah, Bob Sabran; editor, Adi Maulana, W. H. (2008). *Prinsip - prinsip pemasaran edisi ke 12*.
- Prof. Dr. Jerry Kriyantono, M. S. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, dan Komunikasi Politik*. Kencana.
- Prof. Dr. Kriyantono. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Prof. Dr. Mustafa Edwin Nasution, M. S. (1994). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Ghalia Indonesia.
- Quinn, R. (1966). *Managing Organizational Change: An Integrative Perspective*.
- Rifa'i, K. (2019). KEPUASAN PELANGGAN (CUSTOMER SATISFACTION); Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191. http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU_MEMBANGUN_LOYALITAS_PELANGGAN_OLEH_Dr._KHAMDAN_RIFA'I%2C_SE.%2CM.Si.pdf
- Robert C. Blattberg, Edward I. George, dan P. W. F. (1992). *Theory and Practice*.
- Rocky Rizaldo. (2020). No Title. *PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PONSEL ANDROID MEREK OPPO DI KOTA PADANG*. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/16464>
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of innovations; a cross-cultural approach*.
- Sarwono, S. W. (2010). *psikologi Remaja*.
- Sekaran, U. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 7th edition* (Wiley (Ed.)).
- Sesi, T., Konsumen, H. P., & Sholikhah, L. I. A. N. (n.d.). *Fakultas Hukum , Ilmu*

Sosial dan Ilmu Politik. 2–4.

- Soegoto, dkk. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. PT. Remaja Rosdakarya.
- subagyo dan Djarwanto. (2014). *Metodologi Penelitian*.
- Sugiyono. (n.d.). *No Title*.
- Sugiyono. (2008). *Variabel Penelitian*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144. <https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>
- Tourky, M., Alwi, S., Kitchen, P., Melewar, T. C., & Shaalan, A. (2019). New conceptualization and measurement of corporate identity: Evidence from UK food and beverage industry. *Journal of Business Research*, 109. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.056>
- Uceng, D. (2019). Analisis Tingkat Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Sumber Daya Manusia Di Desa Cemba Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang. *MJurnal Moderat*, 5(2), 1–17.
- W. Edwards. (1986). *ut of the Crisis*.
- Yulianti.D.R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79.

