

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, David A. And Biel, Alexander L., 2013, *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role Building Strong Brands*. Michigan: Psychology Press.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*, 2nd Edition, McGraw-Hill Professional Publishing, Berkshire, GBR.
- Ajzen, I. 2010. *The Theory of Planned Behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50.179-211
- Ajzen, Icek. 2005. *Attitudes, Personality, and Behavior*. (ed.2.). England: Open University Press.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bougie, Roger dan Uma Sekaran. (2010). *Research Methods For Business*, Fifth Edition. John Wiley and Sons Ltd.
- CNN Indonesia. 2020. Strategi Garuda Indonesia Bertahan di Tengah Pandemi Corona. Diakses 15 Februari 2021, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200709095355-92-522648/strategi-garuda-indonesia-bertahan-di-tengah-pandemi-corona>
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fishbein, M. & Ajzen. 2010. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior*. Reading Mass: Addison-Wesley Publishing Company.
- Garuda Indonesia. 2021. Garuda Miles. Diakses 31 Maret 2021, <https://www.garuda-indonesia.com/garudamiles/id/tentang-garudamiles/index>
- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Hartono, A. (2015). *Partial Least Square*. Yogyakarta: Andi.
- Hendryadi, S. (2016). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Keller, Kevin L. (2012). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 3rd ed. Prentice Hall Internasional Inc. New Jersey.
- Keller, Kevin Lane. 2012. *Strategic Brand Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*, Jakarta
- Lafferty, B. A., R. E. Goldsmith & S. J. Newell. 2002. *The Dual Credibility Model: The Influence of Corporate Andendorser Credibility on Attitudes Andpurchase Intentions*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10 (3),1-13.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (ke-3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Megapolitan Kompas. 2020. *Terdampak Pandemi Covid-19, Garuda Indonesia Akhiri Kontrak 700 Karyawan*. Diakses 15 Februari 2021, <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/10/27/14233411/terdampak-pandemi-covid-19-garuda-indonesia-akhiri-kontrak-700-karyawan>
- Musay, F. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), 74236.
- Pada, K., & Nexian, H. (2012). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Handphone Nexian*. *Journal of Business Strategy and Execution*, 4(2), 171–205.

- Pambudi, Angga. (2018) Pengaruh Kredibilitas Perusahaan, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Terigu Pada PT. ISM Bogasari Flour Mills Surabaya. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Rahmatina, M., Saryadi, & Listyorini, S. (2016). Pengaruh brand image dan perceived quality terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia). *JIAB: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 300.
- Rodriguez, K. P. (2008). Apparel Brand Endorsers and Their Effects on Purchase Intentions: A Study of Philippine Consumers International MBA (IMBA), National Cheng Kung University, Tainan, Taiwan.
- Salim, F.F., dan Dharmayanti, D. (2014). Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Sekuritas Sinarmas. 2020. Ini Dampak Pandemi Covid-19 Ke Garuda Indonesia. Diakses 15 Februari 2021, <https://www.sinarmassekuritas.co.id/ini-dampak-pandemi-covid-19-ke-garuda-indonesia>
- Sugiyono.2017. Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D. Bandung : PT.Alfabet.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sunanto, A. T. H. M. M. M. (2015). Pengaruh Kredibilitas Perusahaan Asuransi Dan Differensiasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Ace Jaya Proteksi Semarang. *Journal of Management*, 1(1).
- Supriyadi; Fristin, Yuntawati; Indra, G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan

Brand Image. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3 No. 1, 10.

Tekno Kompas. 2012. Akses Internet WiFi Akan Tersedia di Pesawat Garuda.
Diakses 15 Februari 2021,
<https://tekno.kompas.com/read/2012/04/06/16061388/Akses.Internet.WiFi.Akan.Tersedia.di.Pesawat.Garuda>

Tjiptono, Fandy, 2002, Strategi Pemasaran, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi
Top Brand Award. 2020. Top Brand Maskapai Penerbangan Indonesia 2020.
Diakses 15 Februari 2021, <https://www.topbrand-award.com/>

Xian, Gou Li. 2011. *Corporate Product and User Image Dimensions and Purchase*