

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, David A. 2015. *Aaker on Branding 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Aldi, Mulyo. 2013. *Riset Pemasaran – Promosi penjualan*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Amin, Amirudin M. dan Arie Ardyanto. 2018. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Terigu Segitiga Biru Di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Pelanggan Cv. Abadi Pekanbaru) *KURS Vol. 3 No. 2, Desember 2018 e-ISSN 2527-8215*
- Andrianto, 2013 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management. Vol 2, No 3, hlm 1-10.*
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ballester et al. 2013. *Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty*. European Journal of Marketing.
- Bambang & Hariyanto, 2017. *Sistem Manajemen Basis Data: Pemodelan, Perancangan, dan Terapannya*, Informatika, Bandung:ITB
- Baskara et al. 2014. Pengaruh Online Trust dan Perceived Enjoyment Terhadap Online Shopping Satisfaction dan Repurchase Intention Lazada Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud, 5 (11), hal. 7214-7244*
- Chauduri dan Holbrook. 2018. The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing, 65(2), 81-93*
- Ferdinand, 2015. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ferryal Abadi, Herwin. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol. 4, No.1: 1 - 8 P-ISSN 2527–7502 E-ISSN 2581-2165*
- Ghozali, Imam. 2013. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Gianada Mawar Dikha Laras, Egi Firmansyah. 2018. Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Konsumen : Kasus Pada Produk Mie Instan. *Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 6 Nomor 2, 2018.*
- Hahn, 2012 *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*, Jakarta.: Gramedia, Pustaka Utama

- Hartini. 2012. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, ed. Tiga. Yogyakarta. : J&J Learning,.
- Ismaulina, Maisyarah. 2020. Pengaruh Labelisasi-Halal, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Indomie (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Lhokseumawe. *Journal Manajerial*. Vol. 12 No.2 Juni 2020, P-ISSN 6613 2527E-Issn 1412 4570
- Kautonen dan Schiffman, L.G. and Kanuk. 2015. *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson. Prentice Hall.
- Khairani. The Effect Of Brand Image And Food Safety On The Purchase Decision Of Samyang Noodles Product To The Students Of Faculty Of Economics And Business Of University Of North Sumatra Medan. *IJLRES - International Journal on Language, Research and Education Studies* ISSN: 2580-6777 (p); 2580-6785 (e) Vol. 2, No. 2, 2018 Page: 266 - 280
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2013. *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 14th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, 2014. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan,. Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Kumar. 2015. Role Of Different Electronic-Commerce (EC) Quality Factors On Purchase Decision: A Developing Country Perspective. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol 9. No. 2.
- Machfoedz. 2013 *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen. Pemasaran Yogyakarta. YPKPN,
- Mei Linda Sipayung, Asmina Herawaty Sinaga Marketing Mix Effect and Quality Product Purchase Decision on Rice Pandaraman in South Tapanuli Region *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 19, Issue 3. Ver. II (Mar. 2017), PP 85-89*
- Munawar, 2018. *Analisis Perancangan Sistem Berorientasi Objek dengan UML. (Unified Modeling Language)*, Bandung : Informatika Bandung.
- Mursid. 2014 *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Novan Dwi Pramanda, Cholifah, Abdul Fattah. Pengaruh Pengalaman Pemasaran, Kepercayaan Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tepung PT. Sriboga Flour Mill Cabang Surabaya *Review of Integrative Business and Economics Research, Vol. 7, Supplementary Issue 2 Copyright. 2018 GMP Press and Printing (http://buscompress.com/journal-home.html) ISSN: 2304-1013 (Online); 2304-1269 (CDROM); 2414-6722 (Print)*
- Nurfadila, Maskuri dan Sutomo Asriadi. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda. *Jurnal Ilmu*

Manajemen Universitas Tadulako Vol. 1, No. 3, September 2015, 319-332
ISSNONLINE 2443-3578/ISSN PRINTED 2443-1850.

- Peter dan Olson, 2013 *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Prabhakar,. 2016 Service quality (SERVQUAL) and its effect on customer sa/tisfaction in retailing. *European Journal of Social Sciences*, 16(2), 231–243.
- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saing, Siti Mardati. Syamsu Alam, dan Jumidah maming. 2019. Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk “Kita” Perum Bulog Subdivre Makassar Hasanuddin. *Journal Of Management, Vol.1, Issue 1 2019*
- Schiffman dan Wisenblit. 2015. *Consumer Behavior Edisi 11 Global*. Edition . England: Pearson Education
- Sekaran dan Bougie. 2013. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat
- Sekaran, Uma. 2014 *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business)* Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan. 2013. *Pemasaran Strategik : Perspektif Value Based Marketing. & Pengukuran Kinerja* : IPB Press.
- Sunarto. 2013 *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian. Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani dan Hendriadi. 2015 *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada. Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada. Media Group.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2012 *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Aandi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Gramedia.
- Triwahyuni, 2018. Pengaruh Brand Trust dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Membeli Produk Online pada Lazada Indonesia. *Medan : USU*
- Umar, Husein. 2014 *Metode Penelitian untuk Skripsi dan tesis Bisnis*, Edisi Pertama, Cetakan Keenam, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Yessica Oscar, Keni. Pengaruh Brand Image, Persepi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis ISSN 2579-6224 (Versi Cetak) Vol. 3, No. 1, April 2019 : hlm 20-28 ISSN-L 2579-6232 (Versi Elektronik)*

Zanabazar, Altanchimeg dan Sarantuya Jigjiddorj. 2018. Impact Of Employees Satisfaction In Employee Loyalty, *Retention And Organizational Performance* , Vol. 4, hal. 51-55