

DAFTAR PUSTAKA

- A.M Morissan. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran terpadu, Jakarta: Penerbit Kencana
- Aaker, David A. 1997. Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek. Jakarta: Mitra Utama
- Aditya Rangga. 2015. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. Jom FISIP Volume 2 No. 2
- Boone, Louise E. dan David L. Kurtz. 2002. Pengantar Bisnis, Edisi 1, Terjemahan Fadriansyah Anwar, Emil Salim, Kusnedi, Jilid 2, Jakarta: Erlangga
- Budiantara, I. N. 2009. Spline dalam Regresi Nonparametrik dan Semiparametrik: Sebuah Pemodelan Statistika Masa Kini dan Masa Mendatang. Surabaya: ITS Press.
- Bungin Burhan. 2011. Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebudayaan Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana
- Daniel, W.W. 1989. Statistika Nonparametrik Terapan, Jakarta: Gramedia
- David J. Sheskin. 2004. *Parametric and nonparametric Statistical procedures, third Edition*. Jakarta: Gramedia
- Griffin R. W. 2005. Management Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Hays, W. L, 1976. *Quantification in Psychology*. New Delhi: Prentice Hall
- Huriyati, Ratih. 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas konsumen. Edisi 1. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*. Washington: Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip. 2006. Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler,P & Keller,K.L. 2007. Manajemen Pemasaran, Ed12 2 Jilid 2. Jakarta : Penerbit PT Indeks
- Shimp, A. Terence. 2003. Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga
- Siregar, Syofian. 2013. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Keller, Lane Kevin. 2013. *Strategic Brand Management (Building, Measuring, and Managing Brand Equity) 4th Edition*. England: Pearson Education Limited
- Supardi. 2012. Aplikasi Statistika Dalam Penelitian (Buku Tentang Statistika Yang Paling Komperhensif). Jakarta: Ufuk Press
- Susanto A.B & Wijanarko Himawan. 2004. *Power Branding*. Jakarta: Quantum Manajemen & Bisnis.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran.Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing

Sumber Lain:

- Using Brand Positioning to Enhance Consumers' Loyalty in Participatory Sport Event*, Chen Long Jin, Yieth Tser, 2016. (Journal), diakses pada tanggal 2 Agustus 2018: 20:17
- Pengaruh Brand Positioning Wonderful Indonesia Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara Untuk Berkunjung Ke Indonesia (Servei Terhadap Wisatawan Mancanegara Asal Singapore, Malaysia, dan Australia), Conny Maharani P, Riri Andari, Tomy Andrianto. 2014. (Journal), diakses pada tanggal 2 Agustus 2018: 20:30
- Analisis Regresi Linier Pada Statistika Non Parametrik. Rahmatina Desi. 2011. (Journal), diakses pada 3 Juni 2019: 19:03

Pengaruh Brand Positioning Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar Pikiran Rakyat (Survey Terhadap Pembaca Surat Kabar Pikiran Rakyat Di Kota Bandung). Gunawan, Indra Ari. 2013. (Jurnal), diakses pada 3 Agustus 2018: 19:05

Model Spline dengan Titik-titik Knots dalam Regresi Nonparametrik. Islamiyati, A., & Budiantara, I. N. 2007. (Jurnal), diakses pada 3 Juni 2019. 20:30

Spline Estimator of Triple Response Nonparametric Regression Model. Lestari, B., & Budiantara, I. N. 2010. (Jurnal), diakses pada 4 Juli 2019: 15:04

Brand Positioning Dan Trust Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BPR JATIM Cabang Batu). Pambudi Wijaya Dona, 2016. (Jurnal), diakses pada 5 Agustus 2018: 15:10

The Effect of Brand Position on Consumer Choices of Luxury Brands: A Cross-Cultural Study Between British and Chinese Consumers. Qi Guo, Dandan Li. 2013. (Jurnal), diakses pada 5 Agustus 2018: 20:00

<https://www.rumusstatistik.com/2018/02/analisis-regresi-parametrik-nonparametrik-semiparametrik.html>