

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Manajemen Equitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, D. A. (2007). *Managing Brand Equity, Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Abi, Y. I. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN. *Management Insight Vol. 15, No. 1, April*, 95-107.
- Aliaga, M., & Gunderson, B. (2002). *Interactive Statistics*. Thousand Oaks: Sage.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- David, W., & Djamaris, A. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*. Jakarta Selatan: Universitas Bakrie.
- Djamaris, A. R. (2021). Pemanfaatan Regresi Logistik Ordinal dan Multinomial dengan SPSS. 14-15.
- Ferrinadewi, E. (2005). *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harjanto, J. (2009). *Inovasi Produk dan Ekspektasi Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Hosmer, D., & Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression, Second Edition*. New York: John Wiley & Sons.
- Johnson, R. B., & Christensen, L. (2014). *Educational Research : Quantitative, Qualitative and Mixed Approaches*. USA: SAGE Publications.
- Kanuk, L., & Schiffman, L. G. (2008). *Consumer Behavior, Ninth Edition, Pearson International Edition*.
- Kartajaya, H. (2007). *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia.
- Keller, K. (2013). *Strategic Brand Management. Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4th edition)*. Essex: Pearson Education Limited.
- Kleinbaum, D., & Klein, M. (2002). *Logistic Regression A Self Learning Text*. New York: Springer.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Dasar-dasar Pemasaran. Alih bahasa Alexander Sindoro, Jilid 1*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran. Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3*. Erlangga.

- Mullins, J., Walker, O., Larreche, & Boyd. (2002). *Marketing Management*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Nasution, M. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management, Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Philip, K. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Indeks-Prentice Hall.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Vol. 7, No. 2, Mei-Agustus*, 1-14.
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E., & Sopiha. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL (Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset)*. Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 6th Edition*. New York: Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, W. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (Seventh Ed)*. John Wiley & Sons Ltd.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2003). *Service Marketing. 3rd edition*. New Delhi: Tata McGraw Hill.