

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Ansory, Al fadjar dan Indrasari, Meithiana. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka
- Astuti, N. (2016). Hubungan Citra Merek Dengan Loyalitas Merek Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3).
- Arikunto, S. (2021). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3*: Bumi Aksara
- Bahrudin, 2014. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: alfabeta.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) ades pt. ades alfindo putra setia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak (Anggota IKAPI).
- Budianto, Apri. 2020. *Definisi Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak Hal 16-17.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Darmianti, M., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 287-299.
- Ernawati, Lusy. 2016. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Pda Konsumen Female Bag Sophie Martin Paris di Kota Jember. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Tidak Diterbitkan.
- Fauziah, R. 2017. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian di situs Online Tokopedia. Skripsi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. Tidak Diterbitkan.
- Firmansyah, Dr M Anang. 2019. *Pemasran Produk &Merek (Planning & Strategy)*. CV Penerbit Qiara Media
- Hasibuan, Melayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Hasibuan, Melayu. 2016. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ismawati, Cut. 2020. *Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry*. Tersedia : <http://repository.uib.ac.id/id/eprint/3202> [06 mei 2020]
- Jawangga, Yan Hanif. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen*. Klaten: PT. Cempaka Putih.
- Kotler, Philip (2019). *Manajemen Permasaran*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. 2016. *Manajemen Permasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT Indeks
- Kotler dan Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Muliana. 2019. *Penerapan Fungsi Manajemen Penyaluran Zakat Kepada Mustahik Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Pinrang*. Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Pare-pare.
- Oktavian, Rika Zukfa. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Muslim Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang*. Skripsi. Padang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Diakses tanggal 08-06-2019.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Kontemporer*. Bandung: alfabeta.
- Rahayuningtias, P. 2021. *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek*. Skripsi pada Program Studi Manajemen UIN Malang. Diterbitkan.
- Ruyatnasih, Y dan Megawati, L. 2018. *Pengantar Manajemen, Teori, Fungsi dan Kasus Edisi 2*. Yogyakarta: Absolute Media.
- Setiadi, Nugroho J. 2017. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group
- Setiawan, h. Y., & alwie, a. F. (2019). Xi. No. 2. April 2019. *Jurnal tepak manajemen bisnis* 258 peran kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen dan loyalitas merek pada pengguna smartphone merek apple di kota pekanbaru. *Jurnal tepak manajemen bisnis*, 11(2), 258-271.
- Stanton J, William. 2012. *Prinsip Pemasaran Edisi ke-7*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Wijayani, W., & K.N, G. I. (2017). Pengaruh Kuallitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4 (1), 74-85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Suseno, A. 2020. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Sepeda Motor Vespa*. Skripsi Pada Program Studi Manajemen FE UPNVJ. Diterbitkan
- Tjiptono, Fardi. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tu, Y.T., M.L. Li dan H.C. Chih. 2013. *An Empirical Studi of Corporate Brand Image, Customer Perceived Value and Satisfaction on Loyalty in Shoe Industri*. *Journal of Economics and Behavioral Studies*. 5(7): 469-483.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Pamungkas, P. A., & Guridno, E. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pengguna Motor Vespa Di Jakarta Selatan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1).
- Widianti, W. (2022). Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, Kepuasan Dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(1), 803-828.
- Wibowo, A.F.& Riyadi, E.S. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Prestise Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang). *Prodising Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, (ISBN: 978-602-361-067-9), 97-113.
- Wijaya, Candra dan Muhammad Rifa'i. 2016. *Dasar-Dasar Medan Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien*. : Perdana Publisng.
- Wijaya, D.N, Sunarti dan E. Pangestuti. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian: Survei pada konsumen Starbucks, Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 55(2): 75-83.