

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, T. (2000). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Aaker, D. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta, Indonesia: Spektrum.
- Augusty, F. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- C. Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Eugenia Andrea Dennisa, & Suryono Budi Santoso. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang). *Diponegoro Journal of Management Vol5 No 3*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, W., & Soliha, E. (2014). Citra dan Persepsi Harga dalam Mempengaruhi Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan.
- Husein, U. (2000). *Riset Pemasaran dan Penilaian konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Januarko, M., Adiwibowo, B., & Kusumawati, M. (2018). Effect Product Quality, Price Perception, on Customer Satisfaction and Loyalty Batik Betawi . *IOSR-JBM. e-ISSN: 2278-478X, p-ISSN:2319-7668, vol 20 Issue 8 Ver II*.
- Jerry C., O., & Peter J., P. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Monroe, K. (2003). *Pricing : Making Profitable Decision. 3 edition*. United States: McGraw-Hill Companies, inc.
- Munisih, S., & Soliha, E. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. Singapore: McGraw-Hill Education.

- Paul, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Purba, R. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis, The Asian Manager*.
- Sangadji, M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi OFFSET.
- Setiawan, A., & Sayuti, A. (2017). Effect Of Service Quality, Customer Trust, and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty. *IOSR-JBM. e-ISSN: 2274-478X, p-ISSN:2319-7668 vol 19 Issue 5 Ver III*.
- Sondakh, C. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Stanton, W. (1994). *Prinsip Pemasaran Jilid I edisi ke 7 Terjemahan Yohanes Lamarto*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tresia, D., Trisnawati, F., & Suaman. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Oriflame.
- Tse, & Wilton. (1988). *Kepuasan Pelanggan Jilid 2 Edisi Ketiga*. Kalten: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Wenur, C., Mandey, S., & Tambunan, W. (2015). Pengaruh Green Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan The Body Shop Manado. *Jurnal EMBA vol 3*.
- Widyasari, S., Soliha, E., Wuryan, S., & Damyanti, L. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan ( Studi Empiris Pada Koran Harian Suara Merdeka di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia Vol 5, Nomor 1*.
- Worodiyanti, N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ella Derma SkinCare Malang. *e-jurnal vol 5 no 1*.

<http://www.topbrand-award.com>, 2019