



DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, N. R., & Hidayat, M. A. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Honda Beat di Kota Bandung tahun 2017. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(1 ISSN : 2442-5826), 20–33.
- Alhaddar, S. Z., & Pamungkas, I. N. A. (2017). Analisis Tiga Dimensi Brand Image Pada Pp. Indosat Ooredoo Melalui Media Sosial Twitter @ Im3Ooredoo. 4(3), 3016–3023.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Damayanti, A. Q., & Nursiti. (2018). (Studi Pada Pengguna E-Commerce) *Comparisional Analysis Of Brand Awareness , Brand Associations , Quality Perceptions , And Brand Loyalty E- Commerce Lazada , Tokopedia , And Shopee (Study On E- Commerce Users)*. 5(1), 1–20.
- Dipura, B. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5541>
- Fauzan R. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek Klub Sepakbola Manchester United Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Pengunjung Nonton Bareng di Ibis Hotel Tamarin Jakarta).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goal. (2019, December 9). *Why The Sun is hated by Liverpool fans & banned in many places | Goal.com*. Goal.Com. <https://www.goal.com/en-gb/news/why-the-sun-is-hated-by-liverpool-fans-banned-in-many-places/2hrhvj5tch2r1ae7tllvac6fb>
- Gunawan Jonathan, V., & Sugiharto, S. (2019). Analisa Pengaruh Advertising Awareness Terhadap Brand Equity Dengan Brand Awareness dan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dengan Studi Kasus Iklan Indomie Goreng Kuah di Youtube. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th editio). www.pearson.com/uk
- Lumba, M. G. (2019). Peran Brand Love Terhadap Brand Loyalty Dan Willingness To Pay Premium Price Pada Pembeli Iphone Di Surabaya. *Agora*, 7(1), 287271.
- MA Rafhdian, A. D. G. & A. F. H. (2016). Brand Equity on Brand Image of Tourism Object in Surabaya. *The 2nd International Multidisciplinary Conference 2016 November 15th , 2016, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia*, 1(1), 287–293.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (7th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i–xx. [https://doi.org/10.47263/jasem.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/jasem.4(2)01)
- Merah, K. (2020). *13 Klub Sepakbola yang Berasal dari Kota London*. Digstraksi.Com. <https://digstraksi.com/13-klub-sepakbola-yang-berasal-dari-kota-london/>
- Permata, R. R., Ramli, T. S., & Utama, B. (2020). *Pelanggaran Merek di Indonesia*.
- Pratama, S. (2015). *Pengaruh Brand Image dan Promosi Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Pekan Raya Jakarta*.
- Pratiwi, F. A., & Utama, D. H. (2018). Gambaran Brand Commnication Brand Trust Dan Brand Loyalty Pelanggan Kosmetik Sariayu Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3), 89–99.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<https://doi.org/10.17509/jbme.v3i3.14313>

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV Pustaka Setia.

Ramadhan, M. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Transportasi Online Gojek Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 153.

<https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3733>

Sapitri Eka, Sampurno, H. I. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231–240.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/583>

Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Toruan, N. N. L., Priansa, J., & Pd, S. (2018). pengaruh electronic word of mouth (E-WOM) pesona jawa baratku terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke jawa barat tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science* :, 4(2), 341–347.

Valentina, L. M. (2020). *Pengaruh Manfaat Merek Hijau dan Citra Merek Hijau terhadap Loyalitas Merek Hijau (Studi Pada Konsumen "Love Beauty and Planet di Seluruh Indonesia)*.

Whilhelmina, K. N. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Pesan Dalam Video Tutorial Merias Wajah Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik*.

Yosua, A. (2016). *Efektifitas Iklan "Pop-Up Tokopedia" Dalam Youtube Terhadap Peningkatan Brand Images Situs*.

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.

<https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.