

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Fatimah. (2017). *Efektivitas Marketing Public Relation dalam membangun citra merek perusahaan jasa telekomunikasi*. Jurnal Ecodemica, Vol.1 No.1 April 2017
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alief Mochamad. (2018). *Pengaruh Public Relations Terhadap Brand Image Aston Braga Hotel & Residence*. e-Proceeding of Applied Science : Vol.4, No.3 Desember 2018. Telkom University
- An-Tien, Chung-kai. (2014). *The Moderating Effect of Brand Image on Public Relations Perceptions and Customer Loyalty*. Ling Tung University, Taiwan
- Astria Febisari. (2016). *Analisis Pengaruh Public Relations Persepsion Terhadap Brand Image dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Asuransi Garda OTO JABODETABEK*. Jurnal Institut Pertanian Bogor
- Budiasih, Yanti. 2013. *Statistik Deskriptif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Tangerang: Jelajah Nusa.
- Dian Nuswanto, (2018) , Faculty of Economics and Business, University , *Effects Of Product Quality, Price, And Brand Image On The Buying Decision Of City Car Product*
- Dinawan. 2013. *Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting*, Free Press. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Drummond, Helga. 2003. *Pengambilan Keputusan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
Freddy. R. 2013. *The Power of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Chia Hung-Hung. (2015). *The Effect of Brand Image On Public Relations and Customer Loyalty*. Ling Tung University Taiwan
- Ghozali Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Inggrid Sinaga, M.AB. (2015). *The Effect of Marketing Public Relations on Brand Image*. Jurnal Batam State Polytechnics 2015
- Kambiz Haidarzadeh, Fatemah Torabi. (2013). *The Effect of Brand Image and Perceived Public Relations on Customer Loyalty*. Jurnal Department of Business Management, Islamic Azad University Iran

- Kotler Philip & Gary Armstrong. (2016). *Principle of Marketing. 15th edition.*New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kuncoro Achmad, Engkos dan Ridwan. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Praba Sulistyawati (2014)) Universitas Diponegoro, *Analisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek acer di kota semarang.*
- Ria Fitriani, Universitas Widyatama Tahun 2012, *Pengaruh brand image ultramilk terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Survey pada Mahasiswa Universitas Widyatama.*
- Robby Selestio, (2013). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Oasis (Studi pada Konsumen CV. Sinar Mas Murni Distributor Oasis Cabang Jakarta Selatan)* Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2013.
- Romadhoni, Muhammad. (2015), *Universitas Negri Yogyakarta , Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Mahasiswa FIK UNY. Skripsi.*
- Romdonah. 2013. *Pengaruh inovasi produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat (studi kasus pada konsumen dealer honda pratama kurnia kasih Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang.*
- Samar Rahi. (2013). *Impact Of Customer Value,Public Relations Perceptions And Brand Image On Customer Loyalty In Service Sector Of Pakistan.* Jurnal Superior University Lahore Pakistan
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach.* -6/. New York: Willey.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian.*Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunarto. 2012. *Pengantar Manahemen,* Bandung: CVAlfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk mengenali Konsumen).*Jakarta: PT Buku Seru.
- Sarwono, Jonathan. *Mengubah Data Ordinal ke Data Interval dengan Metode Suksesif Interval (MSI).* (Online). Bhat, S. & Reddy, S.K. 2013. Symbolic and functional positioning of brands. Journal of Consumer Marketing.

- Sunjoyo, (2013). *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset: Program IBM SPSS 21.0*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2013). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Jakarta: Change Publica
- Suryawardani Bethani et al. (2018). *The Effect of Store Atmosphere and Brand Image on Customers Satisfaction*. Jurnal Advanced Science Letters, Volume 24, Number 4. American Scientific Publishers.
- Vellayati Arifin Yulianto.(2014). *Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 11 No.1 Juni 2014.
- Wibisana, Febriansyah Rahman, Bethani Suryawardani. (2016). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Prosiding, Seminar Nasional Teknologi Terapan, Sekolah Vokasi UGM, ISBN:978-602-1159-06-4.

