

DAFTAR PUSTAKA

- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 106.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Setiadi, N.J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Indratama, A.B., & Artanti, Y. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri*. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: INDEKS.
- Kotler dan Armstrong, 2007, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi ke 9 Jilid 1, PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip dan Keller, (2009), *Marketing Management, 13th Edition, Prentice Hall: Pearson Education International*.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran* edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Djaslim Saladin, 2006. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Linda Karya:Bandung
- Engel,James, et.al 2006. *Consumer Behavior. Mason: Permissions Departement, Thomson Business and Economics*.
- George, T.Terry dan Stephen G. Franklin.1992. *Principle of Management, Richard D.Irwin:Illinois*
- Hawkins, Del I., Roger J Best dan Kenneth A.Coney K.A.2001. *Consumer Behavior*, Edisi 8, *Von Hoffman Press:Unite States*.
- Irawan, Handi. 2007. 10 *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo:Jakarta

- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung:Alfabeta
- Sciffman, Leon G & Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior Prentice Hall International: New Jersey*
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Supranto (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta:Erlangga
- Anwar, Gulzar, Fahid, & Akram. (2011). *Impact Of Brand Image, Trust And Affect On Consumer Brand Extension Attitude: The Mediating Role Of Brand Loyalty. International Journal of Economics and Management Sciences*.
- Kosalim, Vivi, Thomas Sumarsan Goh dan Errie Margery. *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT.Parewa Aero Catering Medan 5, no 1 (2019) :54*
- Panji, Fajar Tri. “*Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Merek Mizone di Semarang (2016)*”
- Adabi, Nadhril. “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. Jurnal Manajemen 12, (1) (2020):32*”
- Umbolo, Fitriana, Priska Mawuntu dan Michel Potolau. *The Influence of Brand Image and Price Perception on Purchase Decisions 8, no.2 (2019):51*
- Gandhy, Abel. Julio Arthur Hairuddin. “*Analysis of Promotion and Product Differentiation of Jukajo on Consumer Purchase Decicion. Binus Business Review 9,(1) (2018):9*”
- Nurfadila, N., Sutomo, M., & Asriadi, A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 1(3), 319–332*.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia, 3(2), 456*.

- Mubarok, Mufti Muhammad. *The Effect of Brand Image and Consumer Attitudes on the Decision to Purchase Batik Jetis Sidoarjo Mediated by Intent to Buy* 21, no.1 (2018):105
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Novita, A. N., & Darmawan, A. (2020). *Differentiation Services and Customer Value that Affects Customer Satisfaction and Customer Loyalty PT. Samudra Jaya Sakti*. 132(AICMaR 2019), 147–151.
- Konsumen, K., Kota, D. I., & Utara, J. (2021). *merek xiaomi di kota jakarta utara, dengan metode pengambilan sampel adalah probability sampling. Sampel yang diperoleh sebesar 100 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis*. 24(1), 4810–4814.
- Lestari, D., & Bernika, C. (2022). *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Essentieel Coffee Shop Di Bandung*. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 449–468.
- Usman, N. A. S., Mendo, A. Y., & Abdussamad, Z. (2018). *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Demajor Cafe Kota Gorontalo*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1–12.
- Rusmiyati, & Hartono, S. (2022). *Influence The Influence of Product Quality, Brand Image and Promotion on Financing Decision with Customer Interest as Mediating Variable*. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 20–33.