

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 3 No. 3, hal. 221 – 233.
- Andespa, R. (2011). Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Desain Produk Harapan Pelanggan. Hal. 144 – 253.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Avlonitis, G.J., and Gounaris, S.P. (1997). Marketing Orientation and Company Performance: Industrial vs. Consumer Goods Company. *Industrial Marketing Management*, Vol. 26, No. 5, hal. 385 – 402.
- Boyd, *et al.* (2000). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Chang, N.J. and Fong, C.M. (2010). Green Product Quality, Green Corporate Image, Green Customer Satisfaction, and Green Customer Loyalty. *African Journal of Business Management*, Vol. 4, No. 13, pp. 2836 – 2844.
- Chen, Y.S. (2010). The Drivers of Green Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, Vol 93, No. 2, pp 307 – 319.
- Chen, Y.S. (2008). The Drivers of Green Innovation and Green Image – Green Core Competence. *Journal of Business Ethics*, Vol. 81, No. 3, pp. 531 – 543.
- Dewi, K.A.A. dan Aksari, N.M.A.A. (2017). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Oriflame*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 6, No. 11, hal 2302 – 8912.
- Dixon, M., Toman, N., and Delisi, R. (2013). *The Effortless Experience: Conquering The New Battleground For Customer Loyalty*. New Jersey: Portofolio Publishing Company.
- Fabricant, S.M. and Gould, S. (1993). Women's Make Up Careers: An Interpretive Study of Color Cosmetic Use and "Face Value". *Psychology and Marketing*. Vol. 10, No. 6, pp. 531 – 548.
- Gabrielle, N. dan Harjati, L. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia. *Manajemen Pemasaran*. Vol. 8, No. 1, hal. 55 – 70.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi kedelapan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Griffin, J. (1995). *Customer Loyalty, How To Earn It, How To Keep It*. New York: Lexington Book.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and William, C. (1998). *Multivariate Data Analysis*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hartiningtiya , A. dan Assegaff, M. (2010). Analisis Brand Awereness, Brand Association Perceived Quality dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No. 2, hal. 500 – 507.
- Henslowe, P. (2008). *Public Relations, A Practical Guide To The Basic: USA*: Kogan Page Ltd.
- Hasugian, J.T.M. (2015). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel (Survey Terhadap Pelanggan Telkomsel di Grapari Samarinda. *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 3, No. 4, hal. 923 – 937.
- Iswanto, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Photo Cabin. Vol 1, No 2, hal 116 – 133.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (1996). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2006). *Principles of Marketing*, 11<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 12, Jilid Kesatu. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13, Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. 4th Edition. USA: Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marliani, I.P. dan Aprianti. (2012). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Body Shop (Studi Kasus Pelanggan The Body Shop Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 3, pp. 323 – 330.
- Mayliza, R. (2013). Analisis Keputusan Pembelian Ulang Axis Ditinjau Dari Bauran Pemasaran Kasus di Kota Padang. *Jurnal KBP*, Vol. 1, No. 2, hal. 181 – 207.
- Nora, A.S., dan Putra, Y.Y. (2019). Hubungan Brand Image Dengan Loyalitas Konsumen Merek Pepsodent. No. 3.
- Ogba, I.E., and Ogba, Z. (2009). Exploring The Impact of Brand Image on Customer Loyalty and Commitment in China. *Journal of Technology Management*, Vol. 4, No. 2, pp. 132 – 144.

- Olson, P. (1993). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Third Edition. Boston: Richard D. Irwin Inc.
- Pramudyo, A. (2012). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta). *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 1, hal. 1 – 16.
- Rachmawati, R. (2011). Peran Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, Vol. 2, No. 2, hal. 143 – 150.
- Ratnawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Brand Image Pada Pasien Rumah Sakit Ortopedi (RSO) Prof. Dr. Soeharso Surakarta Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, hal. 22 – 29.
- Roman, G.J.A. dan Saraswati, T.G. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di The Body Shop (Mall Paris Van Java Bandung). *E-Proceeding of Management*, Vol. 3, No. 1, hal. 612 – 619.
- Ruslim, A.C. dan Tumewu, F.J. (2015). The Influence of Advertisement, Perceived Price, and Brand Image on Consumer Buying Decision to Asus Mobile Phone. *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 3, hal. 393-401.
- Saputri, M.E. dan Pranata, T.R. (2014). Pengaruh Brand Image Terhadap Pengguna Smartphone Iphone. *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 13, No. 3, hal. 193 – 201.
- Samuel, H. dan Wibisono, J. (2019). Brand Image, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 13, No. 1, hal. 27 – 34.
- Schultz, D.E. (2005). The Loyalty Paradox. *Marketing*, Vol. 14, No. 5, hal. 10 – 11.
- Shimp, T.A. (2010). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotions*. Eight Edition. South-Western: Cengage Learning.
- Shinta, I.A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Singh, M. (2012). Marketing Mix 4P's for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management*. Vol. 3, Issue 6, pp. 40 – 45.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Suryadi, D. (2011). *Promosi Efektif Mengunggah Minat dan Loyalitas*. Jakarta: PT Suka Buku.
- Tambunan, L.T. (2019). Faktor Dominan Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Suatu Produk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16, No. 1 78, hal. 35 – 45.
- Top Brand Index. Top Brand Index The Body Shop. Diakses Pada 15 Desember 2020, dari [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=the body shop](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=the%20body%20shop).
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wibowo, R.A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Semarang: Radna Andi Wibowo 2019.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam, Vol. 1, No. 1, hal. 23 – 39.

