

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). *Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, D. (2009). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior* (6 ed.). New York: Thomson Learning.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Babel, Y. (2022). Kasus Covid-19 di Kota Semarang Meningkat, Tiga Kecamatan ini Tertinggi. Diambil 16 September 2022, dari halosemarang.id website: <https://halosemarang.id/kasus-covid-19-di-kota-semarang-meningkat-tiga-kecamatan-ini-tertinggi>
- Cooper, D., & Emory. (1996). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Delgado-Ballester, E. (2004). Applicability of a Brand Trust Scale Across Product Categories: A Multigroup Invariance Analysis. *European Journal of Marketing*, 38(5–6), 573–592. <https://doi.org/10.1108/03090560410529222>
- Delgado-Ballester, E., & Luis Munuera-Alemán, J. (2001). Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1238–1258. <https://doi.org/10.1108/eum00000000006475>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ika. (2021). Dosen UGM Tegaskan Susu Beruang Tak Bisa Obati Covid-19. Diambil 6 April 2022, dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/21325-dosen-ugm-tegaskan-susu-beruang-tak-bisa-obati-covid-19>
- Juliana, S., & Sihombing, S. O. (2019). Pengaruh Penempatan Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 19–34. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3702>
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management* (2 ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing 14th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. Dalam *Journal of Market Focused Management* (Vol. 4).
- Luarn, P., & Lin, H.-H. (2003). *A Customer Loyalty Model for E-Service Context*. Diambil dari <https://www.researchgate.net/publication/220437600>
- Pike, S. (2005). *Tourism Destination Preferences: A Longitudinal Analysis of Consumer Decision Sets*. France. Diambil dari France website: <http://eprints.qut.edu.au/24178/>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFPE.
- Stanton, W. J. (1996). *Prinsip Pemasaran* (7 ed.; Y. Lamarto, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (19 ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Syafirah, Mananeke, L., & Jorie Rotinsulu, J. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado. *245 Jurnal EMBA*, 5(2), 245–255.
- Wahidah, I., Septiadi, M. A., Rafqie, M. C. A., Hartono, N. F. S., & Athallah, R. (2020). Pandemi Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegahan COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 11(3), 179–188.
- Wowor, V. R. (2013). Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA*, 1, 1229–1239.
- Yet, S. (2011). *Star Marketing For Everyone's Business*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.