

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Pendidikan 2018*. Badan Pusat Statistik.
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Cet. IV)*. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong. (2011). *Manajemen Pemasaran (Jilid II)*. Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Mahmud (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pasuraman, A. (2014). *The Behavioral Consequenses of Service Quality*. Prentice-Hall, Inc.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Sawyer, S., & Jarrahi, M. H. (2013). *Sociotechnical approaches to the study of information system* (A. Tucker & H. Topi (eds.)). Chapman and Hall.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar (Cetakan Ke)*. Rineka Cipta.

### JURNAL DAN PROSIDING

- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Pendidikan 2018*. Badan Pusat Statistik.
- Cahyani, N. M., Indriyanto, E., & Masripah, S. (2016). Uji Validitas dan Reliabilitas terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian. *Information System for Educators and Professionals*, 1(1), 21–34.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Castillo, C., Mendoza, M., & Poblete, B. (2011). Information Credibility on Twitter. *Proceedings of the 20th International Conference Companion on World Wide Web, WWW*.
- Fakaubun, U. F. K. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas di Malang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Toko *Sport Station* Dinoyo, Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 221–234.
- Frank, R. H. (2011). *Microeconomics and behavior* (Eighth Edi). Mc Graw Hill International Edition.
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect of *Brand* Image and Product Quality on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as *Intervening* Variables on Consumers of Skincare Oriflame Users - A Study on Students of North Sumatra University, Faculty of Economics and Business. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(1), 40–57.
- Harahap, Z., Soegoto, A. S., & Rotinsulu, J. J. (2014). Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Indomie di Kecamatan Malalayang 1 Barat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 859–870.

- Ikrima, A., & Wibowo, L. A. (2015). Analisis Kinerja Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek (Survei pada Member Busana Muslim Shafira di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 6(2), 5–8.
- Ilieska, K. (2013). Customer Satisfaction *Index* - as a Base for Strategic Marketing Management. *TEM Journal*, 2(4), 327–331.
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Kimppa, K., Whitehouse, D., Kuusela, T., & Phahlamhlaka, J. (2014). ICT and Society. *11th IFIP TC 9 International Conference on Human Choice and Computers*, 1–375.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Masyarakat Telematika Indonesia. (2017). *Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional*. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2017/>
- Mindrut, S., Manolica, A., & Roman, C. T. (2015). Bulding *brands* identity. *Procedia Economics and Finance*2, 20, 393–403.
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Novandari, W., & Sidi Izuddin, M. (2018). The Effect of Perceived Quality, *Brand* Image, on Customer Satisfaction and *Brand* Awareness toward *Repurchase Intention*. *Journal of Research in Management*, 1(3), 32–43.
- Nurhayati, & Murti, W. W. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang masyarakat terhadap produk handphone. *Value Added*, 8(2), 47–62.
- Pappas, I. O., Pateli, A. G., Giannakos, M. N., & Chrissikopoulos, V. (2014).

- Moderating effects of online shopping experience on customer satisfaction and *Repurchase Intentions*. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 42(3), 187–204.
- Paramananda, N., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). The Impact of Price Perception and *Brand Image* on Customer Satisfaction and *Repurchase Intention*. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, VI(10), 212–224.
- Paramitha, P. A. (2019). Pengaruh Inovasi dan *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention* dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(4), 467–482.
- Paramitha, P. A., Saerang, I. S., & Soegoto, A. S. (2019). Pengaruh Inovasi dan *Brand Image* terhadap *Repurchase Intention* dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(4), 467–482.
- Pasuraman, A. (2014). *The Behavioral Consequenses of Service Quality*. Prentice-Hall, Inc.
- Pradipta, D. A. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makassar*. FEB Universitas Hasanuddin Makassar.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rahmawati, A. P., Prihastuty, R., & Azis, A. (2018). Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap *Repurchase Intention*. *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 10(3), 293–298.

- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada branch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1).
- Sawyer, S., & Jarrahi, M. H. (2013). *Sociotechnical approaches to the study of information system* (A. Tucker & H. Topi (eds.)). Chapman and Hall.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Siboro, M. Y., & Soesanto, H. (2015). The Impact of *Brand Image and Brand Awareness on Repurchase Intention* via Perceived Quality. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1–12.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sumarto, R. H. (2016). Komunikasi dalam kegiatan public relations. *Kajian Ilmu Komunikasi*, 46(1).
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Top Brand Award. (2020). *Top Brand Index Tracking - Teh Dalam kemasan Non Botol*.
- Trisnawati, E., Suroso, A., & Kumorohadi, U. (2012). Analisis faktor-faktor kunci dari niat pembelian kembali secara online (studi kasus pada konsumen Fresh Shop). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 19(2), 126–141.

## **SKRIPSI DAN TESIS**

- Anisha, D. A. (2012). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT. Pertamina (persero) Enduro 4T di Makasar. In *Thesis* (Vol. 1).

50, Issue 1). FEB Universitas Hasanuddin Makassar.  
<https://media.neliti.com/media/publications/189618-ID-pengaruh-citra-merek-terhadap-faktor-psi.pdf>

Sulistian, O. (2011). *Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. FE Universitas Kuningan.

## **INTERNET**

Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Masyarakat Telematika Indonesia. (2017). *Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional*. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2017/>

Top Brand Award. (2020). *Top Brand Index Tracking - Teh Dalam kemasan Non Botol*. <https://www.topbrand-award.com/2020/03/top-brand-index-tracking-teh-dalam-kemasan-non-botol/>

Pasca Admin. (2018). *Kiat Membangun Sistem Anti Hoax*. Universitas Surabaya.  
<https://pasca.ubaya.ac.id/kiat-membangun-sistem-anti-hoax/>