

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, dan Riduwan, (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung:Alfabeta
- Alwi, S. F. S., & Da Silva, R. V. (2007). *Online and Offline Corporate Brand Images: Do They Differ?*. Corporate Reputation Review. Vol 10.
- Arlef, M Nur Ichsan. (2020). *MS Glow Raih Penghargaan Indonesia Best Brand Award*. Diakses pada 8 Agustus 2021, dari <https://wartakota.tribunnews.com/amp/2020/12/22/ms-glow-raih-penghargaan-indonesia-best-brand-award-tahun-2020>
- Gunawan, Hendra. (2017). *Industri Perawatan Tubuh*. Diakses pada 8 Agustus 2021, dari <https://amp.kontan.co.id/news/industri-perawatan-tubuh-tumbuh-6>.
- Hestanto. (2018). *Citra Merek (Brand Image) Menurut Para Ahli*. Diakses pada 10 Agustus 2021, dari <https://www.google.co.id/amp/s/www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/amp/>
- Kasiram, Moh. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Oswari, Teddy. (2018). *Sumber Data*. Diakses pada 10 Agustus 2020, dari <http://toswari.staff.gunadarma.ac.id>
- RYFA. (2020). *Jenis Penelitian Kuantitatif Beserta Penjelasan Lengkapnya*. Diakses pada 10 November 2021, dari m.kumparan.com
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Shafiee, Majid Mohammad et all. (2014). *The Role of Brand Image in Forming Airlines Passanger's Purchase Intention: Study of Iran aviation Industry*. International Journal of Service and Operations Management. Vol. 19(3)
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Sudrajad (2014). *Analisis Pengaruh Citra Merek, harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang*. Tesis. Universitas Diponegoro.

Syafnidawaty. (2020). *Perbedaan Data Primer dan Data Sekunder*. Diakses pada 1 September 2021, dari

<https://raharja.ac.id/2020/11/09/perbedaandataprimerdandatasekunder/#:~:text=Menurut%20Sugiyono%3A%20data%20primer%20merupakan,sebagai%20pendukung%20dari%20data%20primer>

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.