

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, R. A. E. (2019). *Pengaruh Brand Trust , Brand Equity Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 6(2), 112–121.
- Astuti, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Natural Nusantara Di Gunungkidul. *Telaah Bisnis*, 20(1), 43. <https://doi.org/10.35917/Tb.V20i1.181>
- Firmansyah, D., Suryana, A., Susetyo, D. P., & Rifa'i, A. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Usaha Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Usaha Minuman Ringan Bubble'ku Bubble Drink Dan Ice Blend Terhadap Di Ramayana Dept Store Kota Su. *Jurnal Mirai Management*, 5(2), 292–303.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (Edisi Ke-9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management: New Approaches To Creating And Evaluating Brand Equity. In *Journal Of Marketing* (Vol. 58, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/1252315>
- Kotler & Keller. (2016). Capturing Marketing Insights (Electronic Version). In *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (Eds.); Edisi Ke).

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles Of Marketing [Rental Edition]*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management Sixth Edition Global Edition*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *4th European Edition*. [Www.Pearson.Com/Uk](http://www.pearson.com/uk)
- Luqiana, A. N., & Prabowo, N. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian Susu Ultra*. *1*(6), 6.
- Nestle Indonesia. (N.D.). *Nestle Indonesia*. Retrieved May 15, 2022, From <https://www.nestle.co.id/>
- Nestle Indonesia. (2020). *Statistik Keuntungan Penjualan Nestle Tahun 2020*. <https://databoks.katadata.co.id/>
- Poernomo, T. T., & Setyadarma, B. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Susu*. *25*(1), 221–228. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1336>
- Purwoko, S., & Haryana, A. (2021). *Pengaruh Kemasan, Kualitas Dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global*. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, *10*(2), 117–126. <https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1130>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, CV.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Perinsip, Penerapan, Dan Penelitian* (O. Andi (Ed.)).

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. UPP STIM YKPN.

Bps. (2019). *Badan Pusat Statistik Indonesia*. <https://www.bps.go.id/>

Award, T. B. (2021). *Top Brand Award*. [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?Tbi\\_Year=2021](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?Tbi_Year=2021)

Gregorius Klemencino Baha, *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Sebuah Produk*, (Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma, 2017).

Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo

Ali Hasan (2014), *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).