

DAFTAR PUSTAKA

- Andira, N. A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Volume 4, Nomor 1*, 39 - 50.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Vol. 4 No. 1*, 39-50.
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Dewanti, M. C., & Aminah, S. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. *Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 1473–1478.
- Faridha, S., & Farid. (2017). Pengaruh Corporate Branding Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 1–16.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 227-242.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). Pustaka Ilmu.
- Herman, N., & Janah, N. Z. (2020). Rancang Bangun Company Profile E-Life Solutions Plt Berbasis Web Sebagai Corporate Branding. *Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)*, 4(2), 2548–6853. <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMN>
- Hodson, J. M. (2021). *Connecting Brand Identity and Consumer-Based Brand Equity for Tourism Destinations*. Springer Fachmedien.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 2 No. 1*, 37-43.
- Hutagaol, C. D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Manajemen Universitas HKBP Nommensen*, 1 - 26.

- Kernstock, J., Balmer, J. M. T., Powell, S. M., & Brexendorf, T. O. (2017). *Advances in Corporate Branding*. Springer Nature.
- Kontan. (2022, Juni 10). *Investasi Kontan*. Retrieved Oktober 29, 2022, from Investasi.kontan.co.id: <https://investasi.kontan.co.id/news/harga-saham-bbtn-tren-turun-sejak-awal-tahun-2022-saatnya-jual-atau-beli>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jmpis Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, Vol. 3, No. 2.*, 716-727.
- Mingione, M., & Abratt, R. (2020). Building a corporate brand in the digital age: imperatives for transforming born-digital startups into successful corporate brands. *Journal of Marketing Management, 36*(11–12), 981–1008. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1750453>
- Muhardian, E. (2008). “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Bank Tabungan Negara (BtN). In E. Muhardian, *Skripsi Sarjana Ekonomi* (pp. 108 - 109). Malang: Universitas Brawijaya.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2020). *School Branding (Strategi di Era Disruptif)*. PT Bumi Aksara.
- Mukarromah, E. S. (2018). Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Banyumas. *Islamadina; Jurnal Pemikiran Islam*, 41-58.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 1-7.
- Napitupulu, D., & Hutabarat, Y. P. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital (Perpaduan Teori dan Aplikasi)*. Yayasan Kita Menulis.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi* (1st ed.). PT Inovasi Pratama Internasional.

- Purnamasari, S. R., & Syahputra. (2015). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pengambilan Kpr Di Btn Kantor Cabang Bandung. *Jurnal e-Proceeding of Management* Vol.2, No.3, 1-5.
- Purnomo, S., & Indriani, F. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Corporate Branding Terhadap Brand Equity Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Operator Seluler Telkomsel Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management* Vol. 7 No. 2., 1-13.
- Rindell, A., Korkman, O., & Gummerus, J. (2011). The role of brand images in consumer practices: uncovering embedded brand strength. *Emerald: Journal of Product & Brand Management*, 440 - 446.
- Shah, B. A. (2022). *Corporate Social Responsibility (CSR) As a Determinant for Building Corporate Brand Image* (1st ed.). Archers and Elevators Publishing House.
- Solimun, Armanu, & Fernandes, A. A. R. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*. UB Press.
- Souiden, N., Kassim, N. M., & Hong, H. J. (2006). The effect of corporate branding dimensions on consumers' product evaluation: A cross-cultural analysis. In *European Journal of Marketing* (Vol. 40, Issues 7–8, pp. 825–845). <https://doi.org/10.1108/03090560610670016>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Kuantitatif* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: Pustaka Bengawan.
- Widiastuti, P., & Trinasari. (2020). Pengaruh Corporate Image Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Hotel The Lovina Bali. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 225-233.
- Zulkipli, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Bri Cabang Pangeran Samudera Banjarmasin Untuk Memperoleh Nasabah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Islam Kalimantan*, 1-11