

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, S. (2020). *Jombang Demam Gowes Selama Covid-19, Toko Sepeda Panen*. FaktualNews.Co. <https://faktualnews.co/2020/07/11/jombang-demam-gowes-selama-covid-19-toko-sepeda-panen/223343/>
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa* (12th ed.). Alfabeta. <http://perpus.bandungkab.go.id/opac/detail-opac?id=6755>
- Andrian, L. W., & Suryadi, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Bensu Di Kota Malang*. I(1).
- Ari Sri Kurniawati. (2019). Pengaruh personality congruence, perceived quality dan brand prestige terhadap brand loyalty pada produk fashion merek zara bagi kalangan generasi y di surabaya. *Jurnal ilmiah mahasiswa Universitas Surabaya*.
- Astutik, Y. (2020). *Tak Diduga, Penjualan Sepeda Kalahkan Sepeda Motor*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200902144744-4-183928/tak-diduga-penjualan-sepeda-kalahkan-sepeda-motor>
- Baek, T.H., Kim, J. and Yu, J. H. (2010). *The Differential Roles of Brand Credibility and Brand Prestige in Consumer Brand Choice*.
- Ballester, D. E., & Aleman, M. L. J. (2001). Brand trust in the context of consumer loyalty. *European Journal of Marketing*, 35(11/12), 1238–1258.
- Chepchirchir, J., & Leting, M. (2015). Effects of Brand Quality, Brand Prestige on Brand Purchase Intention of Mobile Phone Brands: Empirical Assessment from Kenya. *The International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(11), 7–14. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.111.1001>
- Dipura, A. B. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 6(2). <http://202.52.52.22/index.php/jmb/article/view/5541>
- Durianto, D., S. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Erdogmus, I., & Budeyri-Turan, I. (2012). The role of personality congruence,

- perceived quality and prestige on ready-to-wear brand loyalty. *Journal of Fashion Marketing and Management*.
<https://doi.org/10.1108/13612021211265818>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23* (cet.VII). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
<http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=218217&pRegionCode=UN11MAR&pClientId=112>
- Hanzaee, K. H., & Taghipourian, M. J. (2012). The effects of brand credibility and prestige on consumers purchase intention in low and high product involvement. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(2), 1281–1291. <https://www.researchgate.net/publication/301613897>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Global Edition Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Mowen, C. & Minor, M. (2001). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Natalia, I. (2017). Hubungan Brand Prestige dengan Brand Loyalty produk Smartphone Apple dan Samsung di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. *Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis*.
<http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/2155>
- Nurhayati sri, D. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Toyota (studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Kendaraan Toyota Di Cilacap). *Telkomuniversity*, 6.
- Rangkuti, F. (2004). *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2013). *Cara mudah menggunakan dan memaknai path analysis (analisis jalur)*. Alfabeta.
- Setiawan, & Kusri, dwi endah. (2010). *Ekonometrika* (Nikodemus (ed.)). Andi.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=113087>
- Shahidan, A. N., Arshad, M. Z., Mara, U. T., & Perlis, C. (2020). *Investigating*

the Impact of Product Innovation and Product Quality on Brand Loyalty : Mediating Effect of Affordability . An Empirical Study on Smartphone users in Malaysia. 2(2), 65–72.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Afabeta,CV.

Sukmana, Y. (2020). *Saat Penjualan Sepeda Melonjak di Tengah Pandemi* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Saat Penjualan Sepeda Melonjak di Tengah Pandemi...”, Klik untuk baca: <https://money.kompas.com/read/2020/06/14/130100926/saat-penjualan-sepeda-melonjak-.Kompas.Com>.

<https://money.kompas.com/read/2020/06/14/130100926/saat-penjualan-sepeda-melonjak-di-tengah-pandemi-?page=all>

Tjahjaningsih, E., & Maurine, Y. (2009). Analisis kualitas produk dan citra merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas merek HP Nokia. *Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen*, 6(2), 104–118.

Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (Andi (ed.); 2nd ed.).

Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis edisi 2.* PT Raja Grafindo Persada.