

Daftar Pustaka

- Aaker, David A. & Alexander L. Biel. (1993). *Brand Equity & Advertising, Advertising's Role in Building Strong Brands*. New York: Psychology Press.
- Abdullah, Thamrin (2003), *Manajemen Produksi dan Industri Kecil*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- Ahmad, Fahlis, Joyce Lopian, dan Agus Supandi Soegoto. (2016). Analisis Green Product dan Green marketing Strategy terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop di Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, Vol. 4. No. 1, hlm. 033-044.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arista, E. Desi., & Sri Rahayu Tri Astuti. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Aset. ISSN 1693-928X. 13 (1). 37-45*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Basu, Swastha dan Irawan. (2003). "*Manajemen Pemasaran Modern*", Edisi kedua, Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Basu, Swastha. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Bilson, Simamora. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Bilson, Simamora. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Cahyani, Khoiriyah Indra & Rr. Endang Sutrasmawati. (2016). "Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Honda Beat di wali motor Demak)". Vol 5 No 4 (2016) *Management Journal UNNES*.
- Cobb-Walgren, Cathy J., Cyntia A. Ruble, and Naveen Donthu. (1995). Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent. *Journal of Advertising*, XXIV (Fall), 25-40.
- Cooper, Donald R., dan Pamela, S. Schindler. (2006). *Metode Riset Bisnis, Volume 1*. Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Davidson, William. R., et, al. (1998). *Retailing Management, Sixth Edition*. New York: John Willey & Sons.
- Dewa, Ndaru Kusuma. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Starone Di Area Jakarta Pusat). *Thesis Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang*.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., Grewal, D. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Products Evaluation. *Journal of Marketing Research* 28 (3), pp.307-319.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Graeff, T. R. (1996). Using Promotional Messages to Manage The Effects of Brand and Self Image on Brands Evaluation, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.13, No.3, pp 4- 18.
- Hakim, Arif Rachman. 2017. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bimbel Tridaya Bandung. *Journal Of e-Proceeding of Applied Science*, 3(2), 480-485. Bandung: Universitas Telkom.
- Haubl, G. (1996). A Cross-National Investigation of The Effects of Country of Origin and Brand Name on The Evaluation of a New Car, *International Marketing Review*, Vol. 13 No. 5, pp. 76-97.

- Hidayati, T. A., Suharyono, & Fanani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengonsumsi Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal Administrasi Bisnis UB*, 162-171.
- Karnawati, Tin Agustina. (2010). Pengaruh Pengaruh Variabel Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Padang Sederhana di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi ASIA*. Vol. 5, No. 1, hlm. 74-89.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran., Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks

- Kotler, Philip; John Bowen; James Maken. (1999). *Marketing for hospitality and Tourism. 2Nd ed.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.
- Lidyawati, S. (1998). *Perilaku Konsumen: Aplikasi Dalam Bisnis dan Pemasaran.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Lofland, John & Lyn.H.Lofland dikutip oleh Dr.Lexy J Moleong. (2006), *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung : Rosdakarya.
- Mandey, Jilly Bernadette. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promil. *Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174 Vol 1 No 4*
- Mehta, Abilasha. (1994;66). How Advertising Response Modelling (ARM) can Increase Ad Effectiveness; *Journal of Advertising Research.* vol 34, p.62.
- Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen.* Jakarta: Erlangga.
- Nafillah, Khoiriatun., Agus W., & M. Khoirul. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Yang Mengonsumsi Mie Instan). *Jurnal Universitas Islam Malang.*
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing.*
- Prof. DR.Winardi, SE. (1992). *Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran (Marketing),* Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Purnama, C.M Lingga, M.M. (2002). *Strategic Marketing Plan.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Purnomo, Eko. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis.* Universitas Pasir Pengaraian.

- Rao, Akshay R. dan Kent B. Monroe. (1989). The Effect of Price, Brand Name, and Store Name on Buyers Perception of Product Quality: An Integrative Review. *Journal of Marketing Research* 26 (August).
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha I.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen, Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen, Edisi 7*. Jakarta: Indeks
- Sekaran, Uma. (1992). *Research Methods for Business*. Southern Illionis University.
- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi. (1997). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012*
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS, Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Suparjo. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Hino Jenis Dump Truck pada PT. Kumala Motor

Sejahtera Makasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar*

Suwandari, Lusi. (2008). "Pengaruh Promotional Mix pada Peningkatan Volume Penjualan Kosmetika Skiva PT. Cosmolab Prima di Purwokerto". Purwokerto : STMIK Amikom.

Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing* 77(2).

Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management and strategy, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.

Vranesevic. (2003). The Effect of The Brand on Perceived Quality of Food Product. *British Food Journal* Vol. 105. No. 11. p. 811-825.