

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- A. Chaedar Alwasilah. Pokoknya Kualitatif, Dasar-Dasar, Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif. Jakarta: Pustaka Jaya, 2008.
- A. Graeff, Judith dkk.1996.Komunikasi untuk Kesehatan dan Perubahan Perilaku. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Akaah, I. P., & Korgaonkar, P. K. (1988). *A Conjoint Investigation of the Relative Importance of Risk Relievers in Direct Marketing*. Journal of Advertising Research 28 (4), 38-44.
- Al Ries, Jack. 2002. *Positioning: The Battle For Your Mind*. Edisi Pertama Jakarta: Salemba empat
- Alma, Buchori, 2011, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Jakarta: Alfabeta.
- Ancok, Djamaludin. 2008. “Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian”. Dalam Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (ed.). Metode Penelitian Survei. Edisi Revisi. Cetakan ke-19. Jakarta: Pustaka LP3ES (hal. 122- 146).
- Andriani, Durri, dkk. 2012. Metode penelitian. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka
- Arafat, Wilson. 2006. Behind A Powerful Image: Menggenggam Strategi dan Kunci-kunci Sukses Menancapkan Image Perusahaan yang Kokoh. Yogyakarta: Andi
- Arikunto,S. 2006. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Arslan, Muhammad (2014), *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention A Study of retail Store in Pakistan*, Research on Humanities and Social Sciences, Vol.4, No.22, Hal.98-106.
<https://www.iiste.org/Journals/index.php/RHSS/article/view/16813>
- Atep, Adya Barata. 2004. Dasar – dasar Pelayanan Prima. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Boyd, H. W., O. C Walker and J. C. Larreche. 2000. Manajemen Pemasaran. .

- Churchill, G. 2005. Dasar Riset Pemasaran. Edisi 4. Jilid 1. Alih bahasa oleh Adriani. dkk. Erlangga: Jakarta
- Cobb-Walgren, C. J., Ruble C. A., & Donthu N. (1995) Brand equity, brand preference, and purchase intent. *Journal of Advertising* 24: 25-40.
- Cooper, Donald R., dan William. 1996. *Business Research Methods*. Jakarta: Erlangga
- Dajan, Anto, 1986, Pengantar Metode Statistik Jilid II, PT Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta
- Dinawan. 2010. Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting, Free Press. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Edilius, Sudarsono. 2004. *Manajemen Koperasi Indonesia*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Engel, Blackwell, Miniard. (2006). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Freddy Rangkuti, 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Grewal, Dhruv, R. Krishnan, Julie Baker, Dan Norm Borin. (1998). "The Effect Of Store Name, Brand Name, And Price Discounts On Consumers' Evaluations And Purchase Intentions", *Journal Of Retailing*, Vol. 74(3), Pp. 331-35
- Hasan, Iqbal, 2009, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta
- Keegan, J Warren, 1996, *Manajemen Pemasaran Global*, Jilid 2, Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Founding Of Behavior Research*, Holt. Rinchart and Winston Inc. New York.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Impelemntasi dan Control*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*,Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Lindawati. 2005. Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam Ekstensi Merek pada Produk Merek “Lifebouy” di Surabaya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 4 (1). hal. 47-70.
- Mangkunegara P. A., 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-3. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mittal, Harlam A Bari dan Leonard., 1999., ”*Organizational Market Information Process: Cultural Antecedent And New Product, Outcomes*”., *Journal of Marketing*., Vol. XXXII., p. 318-347
- Monalisa. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa pembeli dan pengguna Laptop Lenovo di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 28 No. 2 November 2015. Malang.
- Musay, Paramitasari. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.

- Noerchoidah.2013. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Iklan Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki.Jurnal WIGA Vol. 3 No.1. Maret 2013 ISSN NO 2088-0944
- Peter dan Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Pranoto. 2008. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor, Jurnal Ilmiah Faktor Extra Vol.1 No. 2 September 2008.
- Richardson, P.S., A.S. Dick, & A.K. Jain. (1994). *Extrinsic and Intrinsic Cue Effects On Perceptions of Store Brand Quality*. Journal of Marketing, Vol. 58.
- Rifai, A. Iman., Oetomo. (2016). Pengaruh Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, 5(3)
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. (2011). Metodologi Penelitian. Bandung : Mandar Maju
- Setiadi, Nugroho J.2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Shiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks
- Simamora, Bilson. 2002. Aura Merek (7 Langkah Membangun Merek yang Kuat). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2002. Metode Penelitian Survai. Jakarta: LP3ES.
- Soleh, Mohamad dan Khuzaini. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 5, Nomor 7, Juli 2016.
- Sugiyono.2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta

- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Sulisyawati, P (2010) Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang.
- Sumarni dan Wahyuni, 2006, Metodologi Penelitian dan Bisnis, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243.
- Surachman. 2008. Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan). Malang: Bayumedia Publishing.
- Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sutojo, Siswanto, 2004. Membangun Citra Perusahaan. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Swastha dan Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen), Yogyakarta : BPFU UGM
- Swastha dan Irawan, 2009. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua. PT Liberty. Jakarta.
- Tedjakusuma, Ritawati, Hartini, Sri Mulyani. *“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya “* Universitas Airlangga, Surabaya, 2003.
- Tjiptono, Fandi. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Uma Sekaran, 2006. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Walley, K., Custance, P., Taylor, S., Lindgreen, A., and Hingley, M.K. (2007), “The importance of brand in the industrial purchase decision: a case study of United Kingdom tractor market”, *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 22, No. 6, pp. 383-393. (ISSN 0885-8624)
- Wicaksono (2007) Perilaku Konsumen : PT Indeks Jakarta.

Woodruff, Robert B. (1997). *Customer Value : The Next Source for Competitive Advantage*, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 25, No. 2, 139 – 153.

Yoestini dan Eva. S (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Jurnal sains Pemasaran Indonesia. No.3. Vol. VI. Hal. 261-276.