

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Christy, P., & Ellyawati. (2015). Pengaruh Desain Kemasan pada Impulsive Buying. e-journal.
- Ferdinand, Agusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Univeritas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali dan Imam, (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Hasan, Ali. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Edisikedua. Jakarta : Center for Academic Publishing Service.
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Education.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of marketing sixteen edition global edition. England. Pearson education limited.*
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2008). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Qomariah, Nurul. 2016. "Marketing Adactive Strategy". Jilid 1, Jember: Cahaya Ilmu.
- Rangkuti. 2010 . Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia.
- Sangadji, E.M, 2013. PerilakuKonsumen. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson
- Shimp. (2011). *Advertising Proportion and Other Aspect of Integrated Marketing Communication. Canada: Cengange Learning.*
- Sungadji dan Sopiah, (2013), Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Refrensi Jurnal Ilmiah

- Adil, Maikul. 2012. The Influence Of Brand Image On Sales. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(4), pp: 3552-3556.
- Akbar, A. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Alif,R.(2019).*PengaruhHarga,CitraMerekdanPemulihanPelayananTerhadapLoyalitasPelangganTelkomselpadaMahasiswaFakultasEkonomidanBisnisUniversitasSumateraUtaradenganKepuasanPelangganSebagai Variabel Intervening.*
- Astuti,sri wulan. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan PembelianFlashdiskMerekKingstonPadaMahasiswa.*(X),1-5.<https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Bastian,DannyAlexander.2014.AnalisaPengaruhCitraMerek(*BrandImage*)danKepercayaanMerek(*Brand Trust*) terhadapLoyalitas Merek(*Brand Loyalty*) AdesPT.Ades Alfindo Putra Setia.*Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.Volume: II; 1-9).
- Huriartanto, Aditya, Hamid, Djamhur dan Shanti, Pravissi. (2015). Pengaruh Motivasi danPersepsiKonsumenterhadapKeputusanPembelianTiketPesawat(SurveiPadaKonsumenTerminatiketMalang).*JurnalAdministrasiBisnis*.VolumeXXVIII,158-165).
- Indrawati. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap KepuasanKonsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Volume I;25-35).
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 5(1), 15–24.
- Nugroho,FaridYuniar.2011.PengaruhCitraMerekdanKepuasanPelangganterhadapLoyalitas Konsumen (Studi Kasus Perilaku Konsumen Rumah Makan Gudeg PawonDiJanturanUmbulharjo).*Skripsi*.Jakarta:UniversitasPembangunanNasional”Veteran.
- Nurhayati, Siti. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*. Volume IV; 60-69).
- Purwanto, Heri. (2017) “Pengaruh Intensi Berwirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus di Sentra UMKM Pengrajin Teralis di Desa Jlamprang Kecamatan Wonosobo)”, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 4(1), pp. 90-104.
- Putra, A. P. (2014). Pengaruh Kemasan Produk Makanan Ringan Merek Oishi “Pillows” Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Seno, Diana dan Lukas Bryan A. (2007). The Equity of Product Endorsement by Celebrities a Conceptual Framework From a Co Branding Perspective. *European Journal of Marketing*, 41(1/2). pp. 121–134.

- Suciningtyas, W. 2012. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Komunikasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1), pp: 1-8.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta CV 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta CV
- Sungadji dan Sopiah, (2013), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tamon,G.M.,Mandey,S.L.,&Wenas,R.S.(2019).StrategiPromosi,CitraMerekTerhadapLoyalitasPelanggan MobilToyota(StudiPadaKonsumenMobilToyotaDiManado)PromotionStrategi,Brand ImageAgaintsToyotaCarCustomerLoyalty(StudyonToyotaCarConsumersinManado).*701JurnalE MBA*, 7(1), 701–710.
- Titik, Wijayanti. 2012. *Management Marketing Plan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Widianingsih,N.(2019).*PengaruhDesainProdukdanCitraMerekTerhadapMinatBeli(StudiPadaKonsumenSepatuEllen Queen CibaduyutBandung)*. 12–90.
- Wijayanto,IndradanIriani,SriSetyo.2013.PengaruhCitraMerekterhadapLoyalitasKonsumen.*Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume I;910-918).
- Yu,Chih-Chingetal.2013.*HowBrandImage,CountryOfOrigin,AndSelf-CongruityInfluenceInternetUsersPurchaseIntention.NationalTaipeiUniversity.Social Behavior AndPersonality*, 41(4), pp:599-614.