

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, Kenny Jaya dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga dan Sikap terhadap Niat Beli Ulang di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7 No. 8, pp.: 4153-4180
- Ain, Nurul. 2015. Pengaruh Citra Merek melalui Sikap Konsumen terhadap Niat Beli Ulang pada Produk Busana Muslim Zoya di Surabaya. *JESTT*, Vol. 2, No. 7, pp.: 553-569.
- Anggraini, Elin Intan, Kadarisman Hidayat dan Sunarti. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pembeli yang juga menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Departement Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 73, No. 1, pp.: 118-124.
- Arqom, Sufi. 2008. Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Konsepsi Pemasaran terhadap Sikap Konsumen pada Produk Merek Toko (Studi Kasus pada Carrefour Lebak Bulus). Skripsi. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Aziz, Nurul Abdul. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Sikap dan Dampaknya Terhadap Niat Beli (Studi Kasus pada Yamaha Mataram Sakti MH Thamrin Semarang). Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank. tidak terbit.
- Batu, Reminta Lumban. 2019. Analisis Komparatif Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Sepatu Sport Adidas dan Nike di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 4, No. 1, pp.: 19-38.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2000. *Statistik Induktif*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Edisi 8. Terjemahan F.X. Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, Aulia dan R. Nurfani Rubiyanti. 2017. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Sikap Konsumen Kosmetik Organik Melilea International Bandung. *e-Proceeding of Management*, Vol. 4, No.1, pp.: 772-780.
- Harjati, Lily dan Yurike Venesia. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, Vol. 1, No. 1, pp.: 64-74.

- Herlina, Elida Ningtyas dan Siti Khoiriyah. 2010. Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Kesesuaian, Persepsi Kesulitan pada Sikap Konsumen terhadap Brand Extention. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 3, No.1, pp.: 1-19.
- Kadi, Dian Citaningtyas Ari. 2016. Peran Sikap Sebagai Pemediasi terhadap Pengaruh Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas pada Niat Beli (Survey Niat Beli Konsumen pada Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan), *Al Tijarah*, Vol. 2, No. 2, pp.: 211-229.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Terjemahan Bob Sabran MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Terjemahan Bob Sabran MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Martana, I Made Yudi dan I Gst. A. Kt. Sri Ardani. 2018. Peran Sikap dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Niat Beli Ulang Produk Minuman Kemasan Hijau. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7 No. 8, pp.: 5478-5507
- Monroe, Kent B. 2003. *Pricing: Making Profitable Decisions*, Third Edition. New York: Mc Graw Hill
- Mowen, Jhon C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5. Terjemahan Lina Salim. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2008. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Peter, J. Paul. And Jerry C. Oslon. 2002. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 6<sup>th</sup> ed. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Rangkuti. Freddy. 2009. *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riptiono, Sulis. 2013. Pengaruh Lifestyle, Brand Awereness, dan Product Quality terhadap Repurchase Intention Minuman Saribuah Buavita dengan Purchasing Decisions sebagai Variabel Intervening di Kecamatan Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis*, Vol. 12, No. 1, pp.: 99-117.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santosa, MSE. 2015. The Power Of Product Leadership in Generating Customer's Intention to Buy: The Case of Dagadu. *Journal of Indonesian Economy and Business*, Vol. 30, No. 2, pp.: 159-172.
- Santosa, MSE. 2016. Compromise Effect on Consumer's Behavior. *Journal of Indonesian Economy and Business*, Vol. 31, No. 3. pp.: 325-344.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.

- Setiadi, Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Setiawan, Oki Adi. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Desain terhadap Sikap dan Dampaknya terhadap Niat Beli (Studi pada Astra Motor Gajah Mada Kota Semarang. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank. tidak terbit.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sudiby, Anton. 2012. Analisis Pengaruh Perceived Fit, Perceived Quality, Brand Familiarity dan Consumer Attitude pada Brand Image (Studi kasus pada konsumen yang interest terhadap Rosalia Express). Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tamaka, Irvandy. 2013. Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Sikap Konsumen pada Produk Daihatsu di PT. Astra Internasional Daihatsu Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No.3 pp.: 1317-1328.
- Tegowati. 2016. Niat Beli Ulang Handphone Evercosdi Pusat Perbelanjaan WTC Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol II, No. 2, pp.:406-416.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yoesmanam, Indarto Candra. 2015. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 2, pp.: 134-142.