

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. David A. and Alexander L. Biel. 1993. *Brand Equity & Advertising : Advertising's Role in Building Strong Brands*. New Jersey: Law Erlbaum Associates, Inc
- Achmad, Dian dan Edy, 2017. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Faktor Psikologis dan Keputusan Pembelian Survei pada Mahasiswa S1 Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Handphone Merek Samsung". *Jurnal Administrasi Bisnis* : Volume 50, No 1, Oktober 2017
- Agung, Kartika dan M. Rizan. 2015. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedap". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* : Volume 6, No 1, 2015
- Anastasia, Nurendah . 2014. " Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". *Jurnal Ilmu Manajemen Kesatuan*, Volume 2, No 2, 2014: 181-190 ISSN 2337-7860
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Ed Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Diana, Kristina dan Tjahjaningsih. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus Studi Pada Konsumen Giant BSB Semarang". *Prosiding SENDI_U 2018* ISBN 978-979-3649-99-3
- Euis dan Wifky. 2017. "Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mabilio". *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank Ke-3*. ISBN : 9-89-7936-499-93
- Fatmawati, Nurul. 2017, "Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 10 , No 1, April 2017
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Ketujuh. ISBN : 979.704.015.1. Semarang : Basan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke Duabelas. Jilid 1. ISBN 0-13-239002-7. Penerbit Erlangga
- Kotler Philip dan Amstrong. *Principles of marketing*. new jersey : pearson education limited. 2010

- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas, Jilid 1. ISBN 979-691-365-8. Penerbit Erlangga
- Octaviona, Nanda. 2016. “ *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gadget di Toko Suryaphone Samarinda*”. E-journal Psikologi. Volume 4. April 2016 : 397-407 ISSN 2477-2674
- Peter, J., Paul dan Olson, Jerry, C., 2000. *PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN*. Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Erlangga.
- Sangaji, Etta, Mamang dan Sopiha, 2013. *Perilaku konsumen-pendekatan praktis disertai: himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar . 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Shimp, Terence, A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1. Terj. Revyani Sahrial. Dyah Anikasari. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2010. “*metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*” . Cetakan ke-11. Alfabeta Bandung.
- Suryono, Tamara, 2016. “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group Semarang*”. *Ejournal SI Undip*, Volume 5, Tahun 2016, Halaman 1-12, ISSN 2337-3792
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi III. Andi. Yogyakarta.
- Widia, Sri, 2016. “ *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas*”. *Jurnal Ekonomika dan Kewirausahaan*, Volume 16, No 2, Juni 2016 : 234-241
- Yugi Setyarko, 2016. “*Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online*”. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* : Volume 5, No 2, Oktober 2016 ISSN : 2252-6226