

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of Brand Name*. New York: Free Press.
- Alfian, B. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman*. Skripsi. Makassar: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Amstrong, G. & Kotler. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Perhalindo.
- Assel, H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Kent Publishing.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Azwar, Saifuddin. (2009). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Doyle, Peter. (1998). *Marketing Management*. New York: Mc Graw Hill.
- Dwityanti, Esthi (2008) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta*. Masters thesis, program Pascasarjana Universitas Diponegoro

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair et al., (2010) *Multivariate Data Analysis*. Englewood Clifs, NJ; Prentice Hall
- Hartono, Kefas. (2016). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebriti Endoser Terhadap Kesadaran Merek dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Minuman Dalam Kemasan*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- 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.
- Hermawan, Kertajaya. (2002). *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Jogiyanto H.M, 2004. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, Edisi Kedua, Yogyakarta
- Jogiyanto. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Amstrong. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Phillip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok
- Lee, M. D. (2004). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Prespektif Global*. Jakarta: Prenada Media.

- Martopo, A. S. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jamu Tolak Angin PT. Sido Muncul*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Morissan. (2007). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakasa.
- Nela Evelina, Handoyo D.W., Sari Listyosari. (2012). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi (kasus pada konsumen Telkom Flexi di Kecamatan Kudus Kabupaten Kudus)*. Diponegoro Journal of Social And Politic: 1-11.
- Nuryani. Sri (2014). *Analisis Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sampo Sunsilk di Semarang*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Riyanto, M. (2008). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Roslina. (2009). *Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*. Skripsi
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. (2000). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit
- Setiadi, J. Nugroho. (2007). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Utama.

- Setyaningsih & Darmawan. (2004). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Efektifitas Iklan*. Jurnal Mahardika, Vol. 2 (3).
- Shimp, Terence, A. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sihombing. (2010). *Mengemas Bahasa Iklan*, Jakarta: Suara Merdeka.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabet
- Sutisna & Teddy Pawitra, 2003, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutojo, Siswanto. (1983). *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi. Amikom
- Swastha, Bayu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tampi, D., Agus, S.S., dan Jacky, S.B.S. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Scoopy Pada PT. Adicipta Wisesa*. Jurnal EMBA, Vol.4 (1): 990-999.

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tri Asih Hidayati, Suharyono, Dahlan Fanani. (2013). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang)*.

Yoestini Dan Eva. (2007: 271), *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson Di Kota Semarang)*. Semarang : Jurnal Sains Pemasaran Indonesia

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

