

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, B. 2012. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar. Skripsi. Universitas Hasanuddin. Tersedia pada https://eprints.uny.ac.id/13625/1/SKRIPSI%20MUHAMMAD%20ROMADHONI_10603141008.pdf
- Assael, H. 2004. *Consumer Behavior a Strategic Approach*. New York: Charles Hartford
- Edwar. 2015. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Komputer Merek Acer di CV Era Komputer. Skripsi. Universitas IBA. Tersedia pada <https://docplayer.info/70562303-Pengaruh-promosi-penjualan-terhadap-keputusan-pembelian-komputer-merek-acer-di-cv-era-komputer-palembang-s-k-r-i-p-s-i.html>
- Estuary. 2018. Merk Kopi Bali di Pasaran. Tersedia pada <https://estuary.wordpress.com/2018/07/21/merk-kopi-bali-di-pasaran/>(diakses pada 15 November 2019)
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media
- Foster, B. 2016. "Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company)". *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*. Volume 2, Nomor 1 (hlm.1–11)
- Ghanimata, F. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang. Tersedia pada <http://eprints.undip.ac.id/36184/>
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid 1)*, Edisi Ke-12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis Kompetensi*. Jakarta: Rineka

Cipta

Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta

Nuryani, S. 2014. Analisis Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sampo Sunsilk di Semarang. Skripsi. Universitas Diponegoro. Tersedia pada <http://eprints.undip.ac.id/42775/1/SRI.pdf>

Riduwan dan Akdon. 2010. *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta

Rizki, A.R. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Universitas Muhammadiyah Surakarta). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tersedia pada <http://eprints.ums.ac.id/35322/>

Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2000. *Consumer Behavior*, Edisi Ke-5. New Jersey: Prentice Hall International inc.

Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Kenginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group

Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press

Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, D. 2012. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)

Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*, Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi

Wood, M.B. 2009. *Buku Panduan Perencanaan Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks