

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Astuti, S. W. dan Cahyadi, I. G. (2007). “Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3”. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana.
- Evelina, N., Handoyo DW., dan Sari L. (2012). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Hal. 1-11. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Kelima. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler P. dan G. Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. (2010). *Principles of Marketing*. Edisi 13. United States of America: Pearson.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing, Global Edition*. 14 Edition. Pearson Education.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. (2012). *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> Global Edition. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, P. dan K. L. Keller. (2013) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Levy, M. dan Weitz, B. (2007). *Retail Management*. 6<sup>th</sup> Edition. United States of America: McGraw-Hill International.
- Mahmudah, I. S. dan Tiarawati, M. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 1, Nomor 3 Mei 2013.
- Nujulia. (2013). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Mahasiswa Pendidikan Ekonomi*. Vol. 2, No. 2.
- Nurlisa dan Sofiyah, F. R. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis Merek Bango (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga di Komplek Villa Mutiara Johor II dan Taman Johor Mas. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No.1, April 2011.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands*. Jakarta: Gramedia.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indoneisa*. Vol. 3, No. 1, hlm. 1-17.
- Saladin, D. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Lina Karya.
- Sari, H. P. (2014). Pengaruh Elektronik Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*. ISSN1693-7910. Vol. 11, No. 2, April 2014.
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi. Kencana, Jakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Ke-4. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Edisi II. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunjoyo et. al., 2013. *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Y. Fristin, Y. dan G. Indra, K.N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No.1, Januari 2016.

- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPF.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. dan G. Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Wibawa, K. A. A. A., Kirya, I. K., dan Suwendra, I. W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*. Volume 4, Tahun 2016.

