

## Daftar Pustaka

- Apsari & Hastjarjo. (2006) dalam Kurniawati (2009). Studi Tentang Sikap Terhadap Merek Dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang. Halaman 1. Diakses dari [http://eprints.undip.ac.id/17223/1/Dyah\\_Kurniawati.pdf](http://eprints.undip.ac.id/17223/1/Dyah_Kurniawati.pdf)
- Charli (2008). Judul jurnal tidak dicantumkan. Halaman 19 - 21. Diakses dari <http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/126663-6033-Analisis%20pengaruh-Literatur.pdf>
- Daugherty (2007) dalam Kurniawati (2009). Studi Tentang Sikap Terhadap Merek Dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang. Halaman 1. Diakses dari [http://eprints.undip.ac.id/17223/1/Dyah\\_Kurniawati.pdf](http://eprints.undip.ac.id/17223/1/Dyah_Kurniawati.pdf)
- Deis (2006) dalam Anwar (2011). Pengaruh Iklan Televisi Pada Ekuitas Merek. Diakses dari <http://khairilanwarsemsi.blogspot.com/2011/12/pengaruh-iklan-televisi-pada-ekuitas.html>
- Ertanto (2011). Pengaruh Media Iklan Televisi Lokal Iconers Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.
- Kamel, Mela dan Gupta. (1999) dalam Anwar (2011). Pengaruh Iklan Televisi Pada Ekuitas Merek. Diakses dari <http://khairilanwarsemsi.blogspot.com/2011/12/pengaruh-iklan-televisi-pada-ekuitas.html>
- Keller (1998) dalam Triastuti (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Nomor 1. Volume 13, halaman 39. Diakses dari <http://jurnal.widyamanggala.ac.id/index.php/asetwm/article/view/22/18>
- Kotler, 2000:658 dalam Ibrahim (2007). Analisis Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Kota Palembang. Nomor 9. Volume 5, halaman 45. Diakses

dari <http://digilib.unsri.ac.id/download/Artikel-03%20%28M%20NASIR%20IBRAHIM%29-rev01.pdf>

Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi II. Jakarta: PT. Indeks (Keputusan Pembelian).

Kotler dan Keller. (2006). *Marketing Management*. Prentice Hall.

Kotler dan Keller (2007) dalam Triastuti (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Nomor 1. Volume 13, halaman 39 - 40. Diakses dari <http://jurnal.widyamanggala.ac.id/index.php/asetwm/article/view/22/18>

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2007), *Manajemen Pemasaran*, Indeks, Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran (Edisi tiga belas)*. Jakarta. Erlangga.

Lupiyoadi & Hamdani (2006) dalam Hastuti. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Halaman 6. Diakses dari <http://e-journal.stie-aub.ac.id/e-journal/index.php/probank/article/view/76>

Machfoedz (2005:2) dalam Paragita (2013). Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Mengajukan Kredit Pada PT. BANK Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk. Cabang Nganjuk. Halaman 3. Diakses dari [jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/419/36](http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/419/36)

Prof. Dr. Sugiyono (2006). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

- Rhenald Kasali (1995:159) dalam Pujiyanto (2001). Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. Nomor 1. Volume 5, halaman 98. Diakses dari [puslit.petra.ac.id/journals/request.php?PublishedID=DKV03050107](http://puslit.petra.ac.id/journals/request.php?PublishedID=DKV03050107)
- Saputri (2009). Analisis Pengaruh Iklan Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Provider Simpati Pedo. Halaman 24. Diakses dari <http://www.library.upnvj.ac.id/pdf/s1manajemen09/204111055/skripsi.pdf>
- Schiffman, leon. And Kanuk, Leslie Lazar. 2004. *Perilaku Konsumen (edisi ketujuh)*. PT. Indeks, Jakarta.
- Selang (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Nomor 3. Volume 1, halaman 73. Diakses dari [ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/1374/1085](http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/1374/1085)
- Slamento (1995:180) dalam Nurmala (2008). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Sabun Mandi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh. Nomor 1. Volume 9, halaman 96. Diakses dari <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/viewFile/274/305>
- Suhandang (2005) dalam Imasari dan Lu (2010). Pengaruh Media Periklanan Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa SMU Untuk Mendaftar Di Universitas Kristen Maranatha: Sikap Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Siswa SMU Di Bandung). Nomor 2. Volume 17, halaman 109. Diakses dari [www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/download/330/214](http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/download/330/214)
- Suliyanto (2006). *Metode Riset Bisnis*, Andi, Yogyakarta.
- Suliyanto (2009). *Metoda Riset Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Sunjoyo dkk. (2012). *APLIKASI SPSS untuk SMART Riset*. Alfabeta. Bandung.

Swastha (1999) dalam Kurniawati (2009). Studi Tentang Sikap Terhadap Merek Dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang. Halaman 18 – 19. Diakses dari [http://eprints.undip.ac.id/17223/1/Dyah\\_Kurniawati.pdf](http://eprints.undip.ac.id/17223/1/Dyah_Kurniawati.pdf)

Tanachart, Raoprasert dan Sarar, M. N. Islam. (2010). *Designing an Efficient Management System: Modeling of Convergence Factors Exemplified by the Case of Japanese Businesses in Thailand (Google eBuku)*. Springer Heidelberg Dordrecht, London New York.

Tjiptono, Fandi, 2001, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono (2004) dalam Rakhmat (2011). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Halaman 15. Diakses dari [digital\\_20288939-S-CakraAditiaRakhmat.pdf](http://digital_20288939-S-CakraAditiaRakhmat.pdf) [lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20288939-S-Cakra%20Aditia%20Rakhmat...](http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20288939-S-Cakra%20Aditia%20Rakhmat...)

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.

Umar. (1999). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

<http://www.wikipedia.com>