

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. (Terpadu, J)*. erlangga.
- Aaker, D. A., & Biel, alexander L. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc.
- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).
- Anis, L. M. (2015). SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa pembeli dan pengguna Laptop Lenovo di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(2), 1–6.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ariyoto, K. (2001). *Prinsip-prinsip manajemen operasi*. Salemba Empat.
- Buchari, alma. (2016). *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. CV.Alfabeta.
- Dewi, W. S., Hasiolan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 2(2), 1–19.
<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/505/491>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fatmawati, D., & Triastity, R. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Survei pada Konsumen Lumbung Batik Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17, 317–329.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2009). *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “*. UNDIP.
- Gilaninia, S., & Mousavian, S. J. (2012). The investigation and analysis impact of brand image in. *African Journal of Business Management*, 6(25), 7548–7556.
<https://doi.org/10.5897/AJBM11.1294>

- Gordon, B. D. (2002). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. PPM.
- Habibah, U. dan S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1, 31–34.
- Handoko. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Badan Penerbit IPWI.
- Husein, U. (2002). *“Metodologi Penelitian”, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). pearson education, inc.
- Kertajaya, hermawan. (2007). *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Mizan Media Utama, Bandung. (Edisi Soft). mizan media utama.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. & Armstrong, G. (n.d.). *Principles of marketing*. (4th ed.). pearson education, inc.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. (edisi 13). erlangga.
- Kotler, P. (2012). *kotler on marketing*. A division Of Simon & Schuster Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, gary. (2014). *Principles of Marketing*. (15th Editi). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & armstong, garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (jilid 1). erlangga.
- Kotler, P., & Armstong, gary. (2012). *Principles Of Marketing*. (Edisi 14.). Prentice-Hall Pearson.
- Kusumah, W., & Dwitagama, D. (2011). *Mengenal Penelitian Tindakan*. (Edisi : 2.). PT. Indeks.
- Lamb, charles. (2001). *Pemasaran*. (edisi empat). Salemba Empat.
- Lamb, hair dan M. (2001). *Pemasaran* (Buku 1 edi). Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2001). *pemasaran jasa*. penerbit salemba empat.
- Mantauv, C. S. (2014). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Dengan Variabel Intervening Kepuasan Konsumen. *Apresiasi Ekonomi*, 2, 81–88.
- Maslow, A. (2012). *toward psychology of being* (october 20). start publishing LLC.
- Neuman, W. L. (2003). *social research methods, qualitative and quantitative approaches*. allyn and bacon.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan

- Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525/16774>
- Riyanti, A., & Budiarmo, A. (2017). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Carica Gemilang Di Wonosobo). *Jurnal Undip*, 1(1), 1–10.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Telkomsel. *Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia*, 3(1), 1–7.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia (edisi kedua). PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, J. N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada media.
- Simamora, H. (2006). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- solimun. (2002). *Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM)*. lisrel dan amos.
- stanton, william j. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. ghalia indonesia.
- Susanto, H. A. (2013). *THE INFLUENCE OF CUSTOMER PURCHASE DECISION ON CUSTOMER SATISFACTION*. 1(4), 1659–1666.
- Syah, M. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Tjiptono, fandy. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. (edisi 2). ANDI.

Tjiptono, fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. (edisi 3). ANDI.

Wimmer, roger D., & Joseph R, D. (2003). *Mass Media Research, an Introduction. Seventh Edition*.
Wadsworth Publishing Company.