

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah dan Ariyanto, 2012. Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada.
- Angipora, 2012, Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Jenis Android
- Assael, Henry. 2012. *Consumer Behaviour and Marketing Action*, Fifth Edition. Cincinnati Ohio : South-Western College Publishing.
- Aries, Sunarti, dan Mawardi 2018, Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Make up Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk Kryolan di Kabupaten Bojonegoro).
- Ardianti 2016, "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli Sepeda Motor Honda Matic Beat Di Kota Semarang"
- Aaker, David A. 2012, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand*. New York: The Free Pres.
- Dinawan, A. 2010, Analisis Pengaruh Merek Terhadap Sikap Konsumen Dalam Memilih Produk Handphone, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Majalah Ekonomi*, TH XVII, No.2
- Donni Juni Priansa 2016. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya), *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis & Terapan*, Vol.13, No.2, hal.89-102.
- Bayyanulah 2016 "Pengaruh Kualitas, Harga Dan Citra Merek Terhadap Pengambilan Minat beli Vespa Modern Di Wilayah Bogor".
- Boyd W.Harper, Walker C.Orville, Larreche Jean Claude. 2012. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta : Erlangga.
- McCarty Jerome E. dan Perreault, 2012, *Dasar-dasar Pemasaran*, terjemahan Afrianty, Edisi Kedelapan, Jlid I, Erlangga, Jakarta.
- Herdiyanti, 2017, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat beli Sepeda Motor Yamaha Mio Di Ciamis''

- Harjuno 2018, Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat beli Motor Matic Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)
- Hutami Permita Sari 2014. Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY), *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol.5, No.3, hal.222-237.
- Hermaya 2012, Pengaruh Citra Negara Asal Terhadap Persepsi Kualitas Konsumen. *Skripsi Fisip Universitas Indonesia*.
- Keller, Kevin Lane, 2014, *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity 2th Edition*, Prentice Hall, New Jersey.
- Kinnear et al 2010, *The Brand Mindset*, Terjemahan oleh Sisnuhadi, Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip., 2012, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid1 dan2*, Terjemahan oleh Hendra Teguh dan Ronny A.Rusli, PT Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. 2012 *Manajemen Pemasaran 2*. Edisi kedua belas. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Munawaroh 2017. Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Malang
- Malhotra, N.K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 4th Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Pradana, Hidayah dan Rahmawati (2017), penelitian tentang “Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat beli Motor”, *Jurnal Manajemen/Volume XVIII, No. 03 Oktober 2014: 365-380*.
- Pepadri, Isman. 2012. “Pricing is the Moment of Truth: All Marketing Comes to Focus in the Pricing Decision”, *Jurnal Usahawan*, No.10: 16-21.
- Sulistiyari, 2012, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perceived Quality dan Dampaknya Terhadap Brand Equity”, *Thesis Tidak Dipublikasikan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.

- Sahid M, 2012, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Setiadi, Nugroho, 2012. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, Bilson. 2012, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Eddy Setiadi N.J, 2012, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Ekawati Kumadji , Kusumawati, 2014 . Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Electronic Word Of Mouth (eWoM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Umbul Sidomukti Kabupaten Semarang
- Semuel, Lianto, 2014, Analisis Ewom, *Brand Image*, *Brand Trust* Dan Minat Beli Produk *Smartphone* Di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014, ISSN 1907-235X.
- Sutisna, 2012, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Schiffman dan Kanuk. 2012. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks.Gramedia
- Sheth, Park, C. Whan and V. Parker Lessig, 2012, “Familiarity and Its Impact on Consumer Decision Biases and Heuristics”, *Journal of Consumer Research*. Vol. 8: 223-230.
- Basu, Swastha DH., Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern Edisi ke-2*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tommi Wijaya, dan Lidia Paramita, Eristia (2014). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR.
- Tjiptono, Fandy., 2012, *Brand Management and Strategy*, Andi, Yogyakarta.
- Wibowo, 2012, Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android.