

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *MANAJEMEN PEMASARAN (PERTAMA)*. JAKARTA: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam berbagai Disiplin Ilmu (PERTAMA)*. JAKARTA: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Akbar, K. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image dan Atribut Produk Terhadap keputusan pembelian Handphone samsung jenis android. *Semarang , Universitas Diponegoro*, 2015.
- Atmaja, L. S. (2009). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. yogyakarta: ANDI.
- Bian, X., & Moutinho, I. (2011). The Role of Brand Image , Product Involvement , and Knowledge in Explaining Consumer Purchase Behaviour of Counterfeit ... The role of brand image , product involvement , and knowledge in explaining consumer purchase behaviour of counterfeits Direct and i, (September 2014). <https://doi.org/10.1108/03090561111095658>
- Chi, H. K. (2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention : The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty, *4*(1), 135–144.
- Citranuari, S. J. (2015). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Ulang.
- Evelina, N., & Handoyo. (2012). Pengaruh Citra Merek, kualitas produk, Harga dan promosi Terhadap keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi, (c).
- Fahmi, I. (n.d.). *Manajemen, Teori, Kasus, dan Solusi*. BANDUNG: alfabeta.
- Fatlahah, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall'S Magnum, *1*, 472–485.
- Ferinadewi, E. (2008). *MEREK DAN PSIKOLOGI KONSUMEN (PERTAMA)*. yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Ghozali, I. (2001). *Analisis Multivariate dengan Pogram SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kertamukti, R. (2017). *STRATEGI KREATIF DALAM PERIKLANAN (Konsep pesan, Media, Branding, Anggaran)* (pertama).
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran*. JAKARTA: PT IKRAR MANDIRIABADI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. ERLANGGA.

- Kuncoro, M. (2015). *Menulis Skripsi/Tesis dalam 60 Hari*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. JAKARTA: Salemba Empat.
- Machfoedz, M. (2005). *PENGANTAR PEMASARAN MODERN (PERTAMA)*. Yogyakarta: UNIT PENERBIT DAN PERCETAKAN.
- Mustari, A., Rahman, K., & Indriyanti, A. (2016). Effect Of Marketing Communications , Brand Equity , Brand Awareness Attitudes And Decision Of Customers, 6(8), 574–581.
- Nugroho, A. Y. (2011). *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Oei, I. (n.d.). *RISET SUMBER DAYA MANUSIA: Cara praktis mengukur Stres, kepuasan kerja, komitmen, Loyalitas, Motivasi kerja dan Aspek-Aspek Kerja Karyawan Lainnya*. JAKARTA: PT Gramedia Pustaka.
- S.A, S. (2008). *DASAR-DASAR MANAJEMEN MEREK: Alat Pemasaran untuk Manajemen Persaingan (Pertama)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). ANALISIS eWOM , BRAND IMAGE , BRAND TRUST DAN MINAT BELI, 8(2), 47–54.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.47-54>
- Setiadi, N. J. (2008). *PERILAKU KONSUMEN: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran (PERTAMA)*. JAKARTA: PRENADA MEDIA GRUP.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. JAKARTA: SALEMBA.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1), 1–8.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. BANDUNG: alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *PERILAKU KONSUMEN DAN PEMASARAN*. (CENTER OF ACADEMIC PUBLISHING SERVICE, Ed.) (PERTAMA). Yogyakarta.
- Suprapti, L. (2010). ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS , PERCEIVED VALUE , ORGANIZATIONAL ASSOCIATION DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.

Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. BANDUNG: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Terry, G. R., & Rue, L. W. (2015). *DASAR-DASAR MANAJEMEN*. JAKARTA: BUMI AKSARA.

Tjiptono, F. (2005). *Brand Manajemen dan Strategy* (pertama). yogyakarta: ANDI.
Umar, H. (n.d.). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. JAKARTA: PT RAJA GRAFINDO.

Yanu, A., & Fianto, A. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust, *5*(2), 58–76. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>

