

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghekian-Simonian, Marine, Sandra Forsythe, Wi Suk Kwon, dan Veena Chattaraman. (2012). *The Role of Product Brand Image and Online Store Image on Perceived Risks and Online Purchase Intentions for Apparel*. Journal of Retailing and Consumer Services. Elsevier.
- Aritonang, Lerbin R. (2005). *Kepuasan Pelanggan, Pengukuran, dan Penganalisisan Dengan SPSS*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cannon, Joseph P., Perreault, William D., & McCarthy, E. Jerome. (2008). *Pemasaran Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2 Edisi 16. Penerbit Salemba Empat.
- Cravens, David. W. (1996). *Pemasaran Strategis*, Edisi Keempat, Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Farhan, Muhammad Yusuf. (2015). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, & Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Nike Indonesia)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ferrel, O.C., dan Michael D. Hartline. (2005). *Marketing Strategy*. Third Edition. Essex : South-Western.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fianto, Achmad Yanu Alif, Djumilah Hadiwidjojo, Siti Aisjah, dan Solimun. (2014). *The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust*. Journal of Business Management and Strategy. Macrothink Institute.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar\\_Tanah\\_Abang](https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_Tanah_Abang), diakses 27 Desember 2015.
- <http://www.pasarjaya.co.id/berita/detail/Pasar-Blok-A-Tanah-Abang>, diakses 27 Desember 2015

- Keegan, Warren J., dan Mark C. G. (2013). *Global Marketing*. 7<sup>th</sup> Edition. Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, New Jersey.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Edisi empat. Essex : Pearson Education.
- Kotler, Philip. (1993). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. 15th Edition. Essex : Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Pearson Education Inc. Upper Saddle River. New Jersey.
- \_\_\_\_\_.(2011). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_.(2012). *Marketing Management*. 14th Edition. Essex : Prentice Hall.
- Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, dan Ching Tiong Tan. (1999). *Marketing Management : An Asian Perspective*. 2<sup>nd</sup> Edition. Prentice-Hall Pte Ltd. Singapore.
- \_\_\_\_\_.(2009). *Marketing Management : An Asia Perspective*. 5<sup>th</sup> Edition. Prentice-Hall Pte Ltd. Singapore.
- Kreuzbauer, Robert, dan Alan J. M. (2005). *Embodied Cognition and New Product Design: Changing Product Form to Influence Brand Categorization*. The Journal of Product Innovation Management.
- Krishnamurti, Lakshman, Tridib Mazumdar, dan S.P. Raj. (1992). *Asymmetric Response to Price in Consumer Brand Choice and Purchase Quantity Decisions*. Journal of Consumer Research Vol. 19. Oxford Journals.
- Kuncoro, Mudrajad. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan menulis Tesis*. Edisi 3. Penerbit Erlangga.
- Megarita, Gusdyan, dan Tony Sitinjak. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Terhadap Perilaku Pembelian Produk Susu Merek Ultra Milk di Jakarta Utara*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Jakarta : Kwik Kian Gie School Of Business.
- Na, Kwang Jin. (2008). *The Influence of Product Design on Establishing Brand Equity*. School of Engineering and Design. Brunel University.

- Novel, Belgis. (2015). *Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Luwak di Kota Semarang*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Peter, J. Pail., & Olson, Jerry. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Pride, William M., & O.C Ferrel. (2016). *Marketing*. 2016 Edition. Essex : Cengage Learning.
- Stanton, William J. 1996, *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Alih Bahasa: Y. Lamarto. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Strategi Pemasaran*, Jilid Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Wahid, Muhammad Agus. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek dan Nilai Pelanggan (Studi Pada Pengguna Motor Matik Suzuki NEX FI)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Wu, Paul C.S., Gary Yeong-Yuh Yeh, dan Chieh-Ru Hsiao. (2010). *The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Decision for Private Label Brands*. Australasian Marketing Journal. Elsevier.