

## DAFTAR PUSTAKA

- Annafik, Aldan, Faikar. 2012. “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha”. *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 1, No. 2 p 274-281.
- Arista, E Desi dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2011. “ Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen”. *Jurnal Aset* .Vol.13, No.1,(Maret),p37-45.
- Badrudin. 2014. *Dasar - Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Desai dan S.Ratneshwar. 2003. *Consumer Perceptions of product variants positioned on atypical attribute*. *Journal of the Academy of Marketing Science* Volume 31, No.1, pages 22-35.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gusmanto dan Hasibuan. 2014. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Galon Merek Aqua”. *Jurnal Bening Prodi Manajemen Universita Riau Kepulauan Batam* Vol.1 No 1 Tahun 2014.
- Joel, G dkk. 2014. “Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio dikota Manado”. *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 Sep.2014, Hal 1463-1472.
- Kalele, dkk. 2015. “ Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria Fu Pada PT. Sinar Galesong Mandiri”. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.451-462.
- Keller, Kevine Lane. 2003. *Strategic brand management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: Edisi Milenium International Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. *Principles of Marketing. Ninth Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Marketing Management. Thirteenth Edition*. Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Meiliani, Nita. 2015. “ Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi Pada Calon Konsumen Honda Beat Pop di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto)”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Munnukka, Juha. 2008. *Customer’s purchase intentions as a reflection of price perpection*. *Journal of product & Brand Management* 17/3 (2008), 188-196.
- Oktaviani, Lusia. 2014. “ Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Supermi di Kota Semarang)”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Prabowo. 2016. “pengaruh citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan word of mouth terhadap minat beli (studi pada mahasiswa fakultas ekonomika UNY pengguna iphone)”.
- Pratama, R Anugerah. 2014. “ Analisis Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan, Dan Harga Terhadap Minta Beli *Smartphone* Nokia Lumia (Studi Pada Konsumen *Smartphone* Di Kota Semarang)”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Rizky, S Pamudyaning. 2016. “ Analisis Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen *Face Care Garnier* Di Kota Semarang)”. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Rodoula, Tsiotsou. 2005. *Perceived Quality Levels and their Relation to Involvement, Satisfaction, and Purchase Intention*. *Marketing Bulletin*, 16, Research Note 4.

- Rodoula, Tsiotsou. 2006. *The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intention*. International Journal of Consumer Studies,30,2, March 2006, pp207-217.
- Sekaran, Uma. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business)*. Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business)*. Buku 2 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Shah, dkk. 2011. *The Impact of Brand on Costumer Purchase Intention*. Asian Journal of Business Management 4(2): 105-110,2012.
- Shahnaz dan Wahyono.2016. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online". Management Analysis Journal.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- Syafii, Mochamad dan Yuda P. 2013."pengaruh variasi produk dan daya beli terhadap tingkat pembelian produk fresh tea di koperasi smpn 3 Gresik". Jurnal gema ekoNomi vol 2. No 1 (2013).
- Syafi'i dan Temporal,P dan Lee, K.C. 2001. *Hi-Tech Hi-Toach Branding : Creating Brand Power in The Age of Technology*. Singapore: John Wiley and Sons (Asia) Pte Ltd.
- Tjiptono. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: J & J learning.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Ke III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- <http://www.gajahduduk.com/ina/product/>. Diakses pada 12 Oktober 2017
- <http://www.ekbis.sindonews.com/>. Diakses pada 12 Oktober 2017
- <http://www.topbrand-award.com/>. Diakses pada 23 Oktober 2017