

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Akpyomare, O. B., Patrick, L. P. K., & Ganiyu, R. A. (2012). The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages Industry : A Study of Lagos Metropolis. *American Journal of Business and Management*, 1(4), 196–201.
<https://doi.org/10.7441/joc.2012.02.01>
- Allaham, M. (2015). The effect of Sales promotion tools on brand image. *International Journal of Business and Management Invention*, 4(2), 52–58.
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Fatqurrohman, T. (2016). Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Yamaha NMax di Kota Bandung, 2(2), 435–440.
- Ferdinand, A. 2006. *Metodologi Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2014. *Model Persamaan Struktural Konseo dan Aplikasi dengan Program Amos 22.0*. Edisi ke-6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hart, Norman A. Dan Stapleton, John. 1995. *Kamus Marketing*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hossain, E. (2007). Perceived Quality of a Selected Consumer Non-durable Product. *Adminstration and Management Review*, 19(2), 48–63.
- Ismajli, A. (2013). the Impact of Promotional Activities on Purchase Decision Making : “ a Case Study of Brands Bonita and Rugove - Water Bottled Producers ,” 9(31), 465–474.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi keempatbelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi keduabelas. Jakarta: PT.Indeks.
- Lee, J., & Nguyen, M. J. (2017). Product attributes and preference for foreign brands among Vietnamese consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35(December 2016), 76–83. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.001>
- Marzolina, & Marnis. (2010). Pengaruh Dimensi Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek (Brand Image) Rokok Lucky Strike Di Kota Pekanbaru, 1–14.
- Meiliani, N. (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), 5, 1–11.
- Raras, W. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Emas Karunia di Cepu Jawa Tengah).
- Prisiliana, D. 2017. Pengaruh Atribut Produk terhadap Citra Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk Tahu Bandung Palem Sari Home Industry.
- Ristiawan, D., & Farida, L. (2015). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150 CC Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Riau Jaya Cemerlang). *Jom Fisip*, 2, 11.
- Santini, F. de O., Sampaio, C. H., Perin, M. G., & Vieira, V. A. (2015). An analysis of the influence of discount sales promotion in consumer buying intent and the moderating effects of attractiveness. *Revista de Administração*, 50(4), 416–431. <https://doi.org/10.5700/rausp12>
- Schiffman, Leon G. dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Simamora, B. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Swastha, B. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.