

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi, Venny Faradika. 2016. “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebriti Endorser Pada Promo AdaAQUA Terhadap Minat Beli AMDK Merek AQUA dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 di Jawa Tengah dan DIY)”. *Skripsi tidak dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Ayuningtyas, Rizky. 2016. “Analisis Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus AMDK Ades di Kota Semarang)”. *Skripsi tidak dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2006 *Metodologi Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gobe, Marc. 2005. *Emotional Branding*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, J.F. dkk. 2010. *Multivariate Data Analysis. Seventh edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Herlambang, Dimas Aditya. 2013. “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Pada Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Maskapai Sriwijaya Air Takaran)”. *Skripsi tidak dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- <http://marketeers.com>
- <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>
- <https://www.google.co.id>
- <http://www.topbrand-award.com>
- Klimchuk, Marianne Rosner dan S.A.Krasovec. 2007. *Desain Kemasan*. Indonesia: Erlangga
- Kotler, philip dan G.Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. K.L.Keller, S.H.Ang, S.M.Leong, dan C.T.Tan. 2006. *Marketing Management an Asian Perspective Fourth Edition*.

- Krishna, Aradhna. L.Cian, N.Z. Aydinoglu. 2017. Sensory Aspects of Package Design. *Journal of Retailing*.
- Mahfoedz, mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Marketing 10/XIII/Okttober 2013 h.57
- Marketing 11/XIV/November 2014 h.132
- Marketing 10/XV/Okttober 2015 h.87
- Marketing 8/XVI/Agustus 2016 h.54
- Marketing 10/XVI/Okttober 2016 h.94
- Peter, J.P. dan Olson,J.C. 2000. *Consumer Behavior jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Prasetyaningtyas, Ika. 2014. “Pengaruh Iklan dan Kemasan Terhadap Niat Beli yang Dimediasi Oleh Citra Merek”. *Jurnal Ekonomi & Bisnis* Vol.8, No.1
- Pratama, Rizky Anugerah. 2014. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan, dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia (Studi Pada Konsumen Smartphone di Kota Semarang)”. *Skripsi tidak dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Ramnarain. 2013. “Youth Social Media Browsing and Consumer Behaviour.” *Journal of Business and Economics Management*
- Rizki, Shinta 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.
- Sadat, Andi M. 2009. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schulz, Eric. 2003. *The Marketing Game = Bagaimana Perusahaan Terbaik Dunia Bermain Untuk Menang*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2014 “*Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*”. Jakarta: Salemba Empat.
- Sial, M.F., Gulzar,A. Riaz,N-u-A. dan Nawaz,B. 2011. “Impact of Labelling and Packaging on Buying Behavior of Young Consumers with Mediating Role of Brand Image”. *Interdisiplinary Journal of Contemporary Research In Business* Vol.3, No.8
- Simmonds, Gregory dan C.Spence. 2017. Thinking Inside The Box : How Seeing Products On, or Through, The Packaging Influences Consumer Perceptions and Purchase Behaviour. *Food Quality and Preference*.

- Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Soebianto, albert. 2014. “Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Brand Equity Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Kota Bandung”. *E-Journal Graduate Unpar* Vol.1, No.1
- Sudarmono, Lea Handayani. 2016. “Analisis Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Faktor-Faktor yang Membentuk Preferensi Merek Coffee Shop di *Social Media*”. *Skripsi tidak dipublikasikan*, Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- SWA 19 | XXX | 11-24 September 2014 h.58
- SWA 20 | XXXI | 17-29 September 2015 h.36
- SWA 18 | XXXII | 1-14 September 2016 h.32
- Swastha, Basu. 2009. *Azaz-Azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Trihendradi, 2012. *Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: ANDI
- www.industri.bisnis.com