

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, Dheany dan Imroatul Khasanah. 2012. “ **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek AQUA (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)**”. Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Astuti, Sri Wahjuni, dan I Gde Cahyadi. 2007. “**Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda**”. Majalah Ekonomi. Tahun XVII, No. 2, pp.145 – 156. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Cravens, W. David . 1996. *Pemasaran Strategis Jilid 2*. 4 ed. Jakarta: Erlangga.
- Dewi, Ardina Cahya Kusuma. 2014. “**Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Produk Viva Hand & Body Lotion di Kota Semarang)**”. Skripsi Manajemen Universitas Diponegoro. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell., dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. 6 ed. Jakarta: Binapura Aksara.
- Fadli dan Inneke Qamariah. 2008. “**Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Merek Honda terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Universitas Sumatera Utara)**”. Jurnal Manajemen Bisnis. Volume 1, No. 2, pp. 48-58. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Getrycia, Wanda, dan Edin S. Djatikusuma. 2013. “ **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Minuman Berisotonik Pocari Sweat**”. Jurnal STIE MDP. Diakses tanggal 19 Juni 2014.

- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huang, Rong, dan Emine Sarigollu. 2012. “**How Brand Awareness Relates to Market Outcome, Brand Equity, and The Marketing Mix**”. *Journal of Business Research*, Vol.65, pp. 92-99. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Ibrahim, Galuh Niti dan Imroatul Khasanah. 2013. “**Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar IM3**”. *Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro*, Volume 2. No. 3, pp. 1-10. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. 1 ed. Yogyakarta: BPFPE.
- Khasanah, Imroatul. 2013. “**Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap di Semarang**”. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 4, No. 1, pp: 93-102. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 1997. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 3 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan AB. Sutanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*. 1 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair, dan Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*. 1 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Lye, Ashley., Wei Shao, and Sharyn Rundle Thiele. 2004. “**Decision Waves: Consumerdecisions in Today’s Complexworld**”. *European Journal of Marketing*, Vol. 39(1/2), pp: 216-230.

- Mayasari, Lusi Indah dan Drs. Harry Soesanto, MMR. 2012. “**Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi terhadap Kualitas, Nama Merek, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pencuci Pakaian Bubuk Attack (Studi Kasus pada Konsumen Produk Attack di Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang)**”. Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Ong, Ian Antonius, dan Sugiono Sugiharto. 2013. “**Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya**”. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 1, No. 2. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Peter, J. Paul. and Jerry C Olson. 2000. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Jilid 1*. 4th ed. Jakarta: Erlangga.
- Sadat, Andi M. 2009. *Brand Belief*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Stanton, William J. 1984. *Prinsip Pemasaran Jilid 1*. 7 ed. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. 1997. *Metode Riset-Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Susanti, Tina. 2012. “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Tembalang, Semarang)**”. Skripsi Universitas Diponegoro. Diakses tanggal 19 Juni 2014.
- Suwarman, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama*. Bogor: Gahlia Indonesia.

Swastha, Basu. 2007. *Azas - Azas Marketing*. 3 ed. Yogyakarta: Liberty.

Tambunan, Krystia dan Ibnu Widiyanto. 2012. “**Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus pada Konsumen di Bandeng Presto Semarang)**”. *Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro*. Vol. 1, No. 2, pp. 58-66. Diakses tanggal 19 Juni 2014.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran, Cetakan Kelima*. 2 ed.. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra, dan Dodi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Top Brand Award. 2014. “Survey Result”. http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014. Diakses tanggal 1 Januari 2015.

Wantini, Saiz., Trisno Martono dan Aniek Hindrayani. 2013. ”**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Emping Mlinjo Di Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kartasura**”. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE)*, Vol. 1, No.1. Diakses tanggal 4 Maret 2015.

Wiraliosjati1, Muhaddyatma., Sri Suryoko dan Saryadi. 2014. “**Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Frisian Flag UHT Low Fat & High Calcium**”. *Jurnal Sosial dan Politik Diponegoro*, pp. 1-10. Diakses tanggal 19 Juni 2014.

Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers Metodologi Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Zeithaml, Valerie A. 1998. “**Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence**”. *Journal of Marketing*, Vol. 52, pp. 2-22.