

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Alma, Buchari. (2006). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Anis, Hizkia B. (2014). "Atribut Produk dan Bauran Promosi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Sultan Agung. Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bearden O, William and Michael J. Etzel. (1982). "Reference Goup Influence on Product and Brand Purchase Decisions". *Journal of Cosumer Research*. Vol.9 (September): 183-193.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto., Tony Sitingjak. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Febrian, Deka. (2014). "Analisis Efektivitas Pesan Iklan, Asosiasi Merek, dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Media Televisi Di Kota Semarang)". *Tesis*. Magister Ilmu Komunikasi-Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik-Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 4. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. (2004). *Statistik Jilid II*. Yogyakarta: Andi Offset
- Handoko, Hanny T. (2002). *Manajemen Pemasaran, Analisis Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hermanto, Daru. (2009). Pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Shogun di PT Cipto Lancar Abadi Kendal. *Skripsi*. Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jalilvand, M, R., Neda ,S., Mahdavinia, S, H. (2011). The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention: An Aplication of Aaker's Model in The Automobile Industry. *International Bussiness and Management*. Vol. 2 (2): 149-158.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2006). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John ,C., Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen, Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Nurani, Eka ,S., Jony, O. Haryanto. (2011). “Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Association, Brand Personality* dan *Product Characteristics* dalam Menciptakan Intensi Pembelian”. *Journal of Business Strategy and Execution*. Vol. 2 (2): 104-125.
- Pil, Yu Jong, Payal Kaishap Dutta, Dawn T. Pysarchik (2007). The Impact of Reference Groups and Product Familiarity on Indian Consumers Product Purchases. *Journal of Korean Academy of Marketing Science*, Vol.17, No.2 (June): 1-23.
- Rahayuningish, Sri. (2007). ”Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Cina (Studi Kasus pada Kecamatan Trangkil Pati)”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi-Universitas Semarang.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rusli, Ramli. (2011). *Sektor Informal Perkotaan Pedagang Kaki Lima*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ind-Hill-Co.
- Senthilnathan, Samithamby and Uthayakumar Tharmi (2012). The Relationship of Brand Equity to Purchase Intention. *The IUP Journal of Marketing Management*, Vol. XI, No. 2: 7-26.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan, Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (ed). (2004). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Soewito, Yudhi. (2013). “Kualits Produk, Merk dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Stanton, William J. (2003). *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset: Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Yalcin, Muge, Erdogmus, Rem E., Demir, Sule. (2009). "Using Association to Create Positive Brand Attitude for Generation Y Consumers: Application in Fashion Retailing". *The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*. Vol.14 (2): 261-276.