

DAFTAR PUSTAKA

- Anandia, Rizky. 2015. "Analisa Pengaruh Desain Produk, Presepsi Harga, Dan Kualitas Produk terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original" *Jurnal Manajemen*, h.n.p. Diakses tanggal 20 November 2015.
- Angraini, Desi. 2014. "Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Minuman Pengganti Ion Tubuh Isotonik Merek Mizone" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol. 1 No. 2, h.n.p. Diakses pada tanggal 21 November 2015.
- Arumningtyas, Lusiana. 2015. "Penerapan Teori Komunikasi dalam Kampanye Lingkungan: Air Minum dalam Kemasan Ades", <http://www.kompasiana.com/>, diakses 10 November 2015.
- Bachdar, Savdiq. 2015. "Industri Air Minum di Indonesia Tak Pernah Paceklik", <http://marketeers.com>, diakses 3 November 2015.
- Bearden, William O. and Etzel, Michael J. 1982. "Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions" *Journal of Consumer Research*, Vol.9, h.183-195. Diakses tanggal 21 November 2015, dari Google Scholar.
- Brandstater, M.H.F.D Thomas Foscht Marion. 2015. "Attribution of Symbolic Brand Meaning: The interplay of Consumer, Brands and Reference Groups" *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 33, h.1-27. Diakses tanggal 16 November 2015, dari Emerald Insight.
- Coca Cola Amatil Indonesia. n.d. "Produk Ades", <http://coca-colaamatil.co.id/>, diakses 9 November 2015.
- Consuegra, D., Molina, A., dan Esteban, A. 2007. "An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: an Empirical Analysis in Service Sector". *Journal of Product & Brand Management*. Vol.1, No.7, pp 459-468. Diakses pada tanggal 21 November 2015.

- Danish, Baseer Ali Durrani Iqbal Godil Mirza Uzair Baig Sana Sajid. 2015. “Impact of Brand Image on Buying Behaviour Among Teenagers” *European Scientific Journal*, Vol.11 No.5, h.155-168. Diakses pada tanggal 16 November 2015, dari Science Direct.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Farhan, M. Yusuf. 2015. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike” *Jurnal Manajemen*, h.n.p. Diakses tanggal 20 November 2015.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis dan Disertasi*. Semarang: BP UNDIP
- Ghozali, Imam. 2013. *Structural Equation Modeling (SEM)*. Semarang: BP UNDIP.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi dan Manajeme* . Yogyakarta: BPF E.
- Julianto, Andre. 2006. “Pengaruh Promosi terhdap Brand Image Sabun Mandi Lifebuoy” *Jurnal Pemasaran*, Vol.01, h.n.p. Diakses tanggal 12 November 2015.
- Keller, L.L. (2003). *Building , Measuring and Managing Brand Equity*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Dua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2011. *Marketing an Introduction*. 10th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Kotler, Philip. 2000. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid Dua. Jakarta :Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2000. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid Satu. Jakarta :Prenhallindo.
- Marzolina dan Marnis. 2010. “Pengaruh Dimensi Produk dan Promosi terhadap Citra Merek (Brand Image) Rokok Lucky Strike di Kota Pekanbaru” *Jurnal Ekonomi*, Vol. 9, No. 01, h.n.p, <http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/788>. Diakses tanggal 12 November 2015.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Satu, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Musay, Fransisca Paramitasari. 2013. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.3 No.2, h.1-7. Diakses pada tanggal 21 November 2015.
- Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.
- Pratiwi, Gustyanita. 2012. “Mendongkrak Penjualan Club dengan Geurilla Marketing”, <http://swa.co.id/>, diakses 3 November 2015.
- Saladin, Djaslim dan Oesman, Yevis Marty. 2002. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Jakarta: Balai Pustaka
- Schiffman, L.G dan Lesley L Kanuk, 2007. *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Schultz, Don E. and Block, Martin P. 2014.”Sales Promotion Influencing Consumer Brand Preference.” *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 31, h.212-217. Diakses tanggal 16 November 2015, dari Emerald Insight.

Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods for Business*. Edisi I and 2. Jakarta: Salemba Empat.

Setiadi, Nugroho J, 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Shell, Ellen Ruppel. 1996. "Package Design: The Art of Selling, All Wrepped Up", dalam *Smithsonian Magazine*, h. 57. Diakses pada 16 November 2015.

Sohier, Gaelle Pantin. 2009. "Journal of The Influence of The Product Package on Functional and Symbolic Associations of Brand Image" *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, Vol. 24 no. 2, p.57-31. Diakses tanggal 16 November 2015, dari Sage Journals.

Stafford, James E. 1966. "Effects of Groups Influences on Consumer Brand Preferences" *Journal of Marketing Research*, Vol. III, h.68-75. Diakses Tanggal 21 November 2015, dari Google Scholar

Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.

Theo Lieven Bianca Grohmann Andreas Herrmann Jan R. Landwehr Miriam van Tilburg , (2015),"The Effect of Brand Design on Brand Gender Perceptions and Brand Preference", *European Journal of Marketing*, Vol. 49, h. 146 – 169. Diakses pada tanggal 16 November 2015, dari Emerald Insight.

Tjiptono, Fandy, 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta :Andi