

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Arista, Elisabeth Desi. 2011. "Analisis Pengaruh Iklan, *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Telkom Speedy di Kota Semarang". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi-Universitas Diponegoro. Semarang
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Davis, K., Newstrom, J.M. 2002. *Perilaku dalam Organisasi*. (Diterjemahkan oleh Agung Darma). Jilid II. Edisi ke-7. Jakarta: Erlangga.
- Djarwanto, PS. dan Pangestu, Subagyo. 2002. *Statistik Induktif*. BPFE. Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 4. BP UNDIP. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research. Jilid II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [Http://www.kompasiana.com/cindysundari/mengenal-fast-moving-consumer-goods_54f70194a33311d6218b4583](http://www.kompasiana.com/cindysundari/mengenal-fast-moving-consumer-goods_54f70194a33311d6218b4583)
- [Http://www.scjohnson.co.id/index.php/glade](http://www.scjohnson.co.id/index.php/glade)
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfa Beta, Bandung
- Javier, Francisco dan kawan-kawan 2008. "How Green Should You Be: Can Environmental Associations Enhance Brand Performance?". *Journal of Advertising Research*. December: 547-563.
- Kotler, Philip 2005. *Dasar-Dasar Pemasaran 1*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 9. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Li, Y., Wang, X., & Yang, Z. (2011). "The effects of corporate-brand credibility, perceived corporate-brand origin, and self-image congruence on purchase intention: Evidence from China's auto industry". *Journal of Global Marketing*, 24 (1), 58-68.
- Littlejohn, Stephen, W., dan Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi, Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Mackenzie, Scott B. and Richard A. Spreng 1992. "How Does Motivation Moderate The Impact of Central and Peripheral Processing on Brand Attitudes and Intentions?". *Journal of Consumer Research*. Vol.18 (March): 519-529.
- Mitra, Surya Bangga., Suroso, Agus., Martini, Sri. 2012. "Analisis Pengaruh *Brand Origin*, *Brand Credibility*, *Self-Image Congruence* dan *High Involvement* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Knowledge* sebagai Moderasi *Brand Origin* (Studi Kasus Pada *Handphone Cross* di Purwokerto)". *Jurnal Penelitian*. Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto.
- Mowen, John ,C., Michael Minor, 1998, *Consumer Behavior*, 5th Ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Mowen, John ,C., Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen, Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, John ,C., Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen, Jilid 2 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Patria, Handitia Alfi. 2014. "Analisis Antecedent *Brand Preference* dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Penghilang Bau Helm MTR (Studi Kasus Pelanggan Penghilang Bau MTR di Semarang)". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Diponegoro. Semarang.
- Permatasari, Sheila Indah. 2014. "Pengaruh *Brand Image* Dan *Words Of Mouth* Terhadap *Brand Preference* dalam Meningkatkan Minat Loyalitas". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Diponegoro. Semarang.
- Prakoso, Satrio Budi. 2014. "Analisis Pengaruh *E-Promotion*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli *Buck Store* Semarang". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rucker, Derek D, and Richard E. Petty 2006. "Increasing the Effectiveness of Communication to Consumers: Recommendation Based on Elaboration Likelihood and Attitude Certainty Perspectives". *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol.25 (1), Spring: 39-52.
- Santoso, Singgih. 2000. *SPSS: Mengolah Data Statistik secara Profesional*. PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Seftiani, Risda. 2014. "Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk terhadap *Brand Preference* dan Implikasinya terhadap Minat Loyalitas (Studi pada konsumen The Body Shop di kota Semarang)". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Diponegoro. Semarang.

- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan, Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. 2002. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wang, Xuehua and Zhilin Yang. 2010. "The Effect of Brand Credibility on Consumers' Brand Purchase Intention in Emerging Economies: The Moderating Role of Brand Awareness and Brand Image". *Journal of Global Marketing*. 23:177–188.