

DAFTAR PUSTAKA

- Andrews, M and Kim, D (2007), "Revitalising Suffering Multinational Brands: An Empirical Study", *International Marketing Review*, Vol.24, No.3, Hal.350-372.
- Arumsari, Dheany. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)". Skripsi tidak dipublikasikan, Universitas Diponegoro.
- Bachriansyah, Rizky Amalina. 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)". Skripsi Sarjana, Universitas Diponegoro.
- Cannon, Perreault, McCarthy. 2009. "Pemasaran Dasar; Pendekatan Manjerial Global". Edisi 16 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Cooper, 2000. "New Product Performance : What Distinguishes the Star Product", *Australian Journal of Management*, Vol.25, The Australian Graduate School of Management.
- Dananjaya, Raditya Mahasyi. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat beli Pelanggan Maskapai Batavia Air di Bandara Ahmad Yani Semarang". Tesis Magister Manajemen, Universitas Diponegoro.
- Dewa, Ndaru Kusuma. 2009. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus StarOne di Area Jakarta Pusat)". Tesis tidak dipublikasikan, Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Diana, Anastasia dan Tjiptono, Fandy. 2000. "Prinsip & Dinamika Pemasaran". Yogyakarta: J&J Learning.
- Dodd, James, Kent, B Monroe and P Grewal, (1991), "The Evaluating of Price, Perceived Quality, and Customer Perceptions of Products Quality", *Journal of Marketing Research*, Vol.42, pp.331-349.
- Dominanto, Nedi Nugrah. 2008. "Perbedaan Sikap Terhadap Iklan, Merek, dan Niat Beli Konsumen Pada Iklan Dengan Fear Appeal Tinggi dan Rendah Pada Partisipan Wanita". *Jurnal Ekonomi & Bisnis* Vol.2, No.2 Hal.67-75 ISSN: 1978-3166.

- Dwityanti, Esthi. 2008. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri Studi Kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta*”. Tesis tidak dipublikasikan, Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2006. “*Metode Penelitian Manajemen*”, Pedoman Penelitian Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2001. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. 2002, “*Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*”, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Haubl, G., A cross-national investigation of the effects of country of origin and brand name on the evaluation of a new car, *International Marketing Review*, Vol.13 No.5, pp. 76-97.
- Hee, Kuen (1999), “Content Dimensions of Web Advertising: a Cross national comparison”, *International Journal of Advertising*, Vol.18, No.2.
- Indriani, F dan D. Hendiarti. 2009. “Studi Mengenai Efektifitas Iklan Terhadap Citra Merek Maskapai Garuda Indonesia”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. VIII No.1 Hal.83-106.
- Indonesia Consumer Profile. 2008. MARS Indonesia
- Kapferer, J. N. 1992. *Strategic Brand Management: New Approaches to Creating and Evaluating Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Karjaluto, Heikki, Pakola, J., and Svento R., 2005, “Factors Affecting Consumer Choice of Mobile Phones : Two Studies from Finland”, *Journal of Euromarketing* Vol. 14(3), 59-82.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”. Edisi 12; Jilid 1, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Pengendalian*, UI, Jakarta.
- Kristanto, Yuni dan Wicaksono, Seto Dwi. 2009. “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Apotek Barito Farma Sukoharjo”. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* Vol.2 No.3. ISSN 1979-0333.
- Low and Lamb (2000), “The measurement and dimensionality of brand associations”. *The Journal of Product and Brand Management*, Vol.9, Pg.350.

- M.Anisa Y dan Adi.Z.A (2007), “Analisis Efektifitas Iklan Komparatif : Industri Minuman dalam Botol”, *Usahawan*, Februari.
- Mahanani,Sonya. 2010. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)*”. Skripsi Sarjana. Universitas Diponegoro.
- Marzuki. 2005. “*Metodelogi Riset*” Edisi kedua, Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.
- Oliver,Richard L., 1999, “*Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*”, McGrawhill Cmpanies. Inc., USA.
- Prasetijo,R. dan J.J.O.I Ihalauw.2005. “*Perilaku Konsumen*”. Yogyakarta: ANDI.
- Roslina. 2009. “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk”. *Jurnal Bisnis & Manajemen* Vol.X No.2, Hal. 200-215.
- Rudolf E,F and Langner T (2004), “Are Brands Forever? How Brand Knowledge and Relationships Affect Current and Future Purchase”, *Journal of Product and Brand Mngagement*, Vol. 15,No. 2, Hal.98-105.
- Sadat,Andi M dan Kasali,Rhenald. 2009. “*Brand Belief; Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*”. Jakarta: Salemba Empat.
- Sanjaya,Bram dan Suryandari,Retno Tanding. 2008. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pembelian Telepon Seluler di Surakarta”. *Jurnal Bisnis & Manajemen* Vol.8, No.2, Hal.101-112.
- Sarwono,Jonathan. 2005. “*Teori dan Praktik Riset Pemasaran dengan SPSS*”. Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman, Leon G dan Leslie L Kanuk . 2008. “*Perilaku Konsumen*”, Jakarta: PT.Indeks.
- Sugiyono. 2004. “*Metode Penelitian Bisnis*”, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarwan,Ujang. 2004. “*Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*”. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunarto. 2006. “*Perilaku Konsumen*”. Yogyakarta: AMUS dan Aditya Media.
- Sutisna dan Pawitra,Teddy. 2003. “*Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*”. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius, dan Adriana, Dadi. 2008. *“Pemasaran Strategik”*. Yogyakarta : ANDI.

Wu, C., & Luan, C. C. 2007. Exploring Crowding Effect on Collectivists' Emotions And Purchase Intention of Durable And Non-Durable Goods In East Asian Night Markets. *Journal of International Consumer Marketing*. Vol.20 No.1 Page 5-18.

www.aqua.com

www.sindonews.com

Yoestini dan Rahma, Eva.S. 2007. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Vol.VI, No.3, Hal.261-276.