

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Kelima. Bandung : CV Alfabeta
- Andrianto, Hendra Noky dan Idris. 2013. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang”, <http://eprints.undip.ac.id/39642/> , diakses 8 Oktober 2013.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global. Buku 2 Edisi 16*. Jakarta : Salemba Empat. Terjemahan : Diana Angelica dan Ria Cahyani.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo, 2000. *Statistik Induktif. Edisi Keempat Cetakan Kelima*. Yogyakarta : BPFE.
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Toni Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi Kedua*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal. 2012. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang”, <http://eprints.undip.ac.id/36184/>, diakses 16 Oktober 2013.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Cetakan Kelima*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Ekonometrika : Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goenadhi, Lydia. 2011. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin”, <http://jurnalstie-kayutangi.ac.id/berita-181-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen-dalam-keputusan-pembelian-mobil-toyota-avanza-di-kota-banjarmasin.html>., diakses 22 September 2013.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat*. Jakarta : PT. Indeks. Terjemahan : Benyamin Molan.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Munawaroh, Siti. 2011. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Di Banjarbaru Kalimantan Selatan". <http://jurnalstiei-kayutangi.ac.id/berita-183-pengaruh-kualitas-produk-promosi-dan-desain-terhadap-keputusan-pembelian-kendaraan-bermotor-yamaha-mio-di-banjarbaru-kalimantan-selatan.html>. , diakses 8 Agustus 2013.
- Oetama, Seanewati. 2011. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor Honda Di Sampit". http://kopertis11.net/media.php?module=detail-jurnal&id_jurnal1=43, diakses 4 Oktober 2013.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas : Perspektif Global. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business. Buku 2. Edisi 4*. Jakarta : Salemba Empat.
- Stanton, William J.1991. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Permasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi kedua*. Yogyakarta : Liberty.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2007. *Pengantar Bisnis Modern. Edisi Ketiga. Cetakan Kesebelas*. 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", <http://eprints.undip.ac.id/35986/>, diakses 4 September 2013.
- Tandjung, Jenu Widjaja. 2004. *Marketing Management : Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan. Edisi Kedua. Cetakan Kedua*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Keempat*. Yogyakarta : Andi.

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

Wijayanti, Ratna. 2008. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Pembersih Wajah Ovale",
<http://isjd.pdii.lipi.go.id/index.php/Search.html?act=tampil&id=26729&idc=28>,
diakses 12 November 2013.