

## DAFTAR PUSTAKA

- Arwiedya, Mochamad Ridzky. 2011. Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online (studi kasus pada konsumen toko fashion online yang bertindak sebagai reseller yang ada di Indonesia). Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behaviour 6<sup>th</sup> Edition*. New York: Thomson-Learning
- Asshiddieqi, Fuad. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooz di Distro Ultraa Store Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang
- Bell, Martin L. 1972 *Marketing: Concepts and Strategy*. CENGAGE Learning
- Boyde, Harper W., Walker, Orville C., Larreche, Jean-Claude., Mullins, Jhon W. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Buzzell, R.D. and Gale, B.T. 1987. *The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance*. New York: Free Press.
- Chaffey, Dave. 2004. “*Online Branding Success*” available at <http://www.davechaffey.com/E-marketing-Insights/Customer-experience-management/Online-branding/>.

- Cobb-Walgreen, Cathy J. And Ruble, Cynthi A. And Donthu, Naveen. 1995. *Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intention, in: Journal of advertising*. Vol.24: 25.
- Darmawan, Didit dan Setyaningsih. 2004. Pengaruh Circa Merek terhadap Efektifitas Iklan. *Jurnal Media Mahardika*.
- Dharmmesta, Basu Swasta. T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran "Analisa Perilaku Konsumen", Edisi pertama*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2013. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gaeff, T.R. 1996. *Using Promotional Messages to Manage The Effects of Brand and Self Image on Brands Evaluation*, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.13, No.3
- Garfinkl R., Gopal R., Pathak B. dan Yin F. 2008. *"Shopbot 2.0: Integrating recommendations and promotions with comparison shopping"*, *Decision Support Systems*, Volume 46, Number 1, pp. 61-69
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Häubl, Gerald. 1996. "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 Iss: 5, pp. 76 – 97
- Howard, John A. 1994, *Buyer Behaviour in Marketing Strategy*, 2<sup>nd</sup> Edition. New Jersey: Prentice-Hall
- Indriantoro, Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPF
- Kartajaya, Hermawan. 2002. *On Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Keller, Kevin Lane. 1998 *Strategic Brand Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall
- Kevin., Luo, Ying TL., Dinnie, Keith KD. 2005. "E-Branding: strategies of internet companies: some preliminary insights from the UK", *Journal of Brand Management*, Volume 12, Number 5, pp.355-373.
- Kinnear, Thomas C. James R Taylor. 1998. *Riset Pemasaran, Edisi Tiga*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Principles of Marketing. Edisi Kesembilan*. New Jersey: PT Prehallindo
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2012. *Marketing Management Global Edition, 14/e*, New Jersey: Pearson Higher Education

- Lamb, Charles W. Jr, dkk. 2001. *Pemasaran. Buku I*. Jakarta: Salemba Empat
- Loudon, David L. Albert J Della Bitta. 1993. *Consumer Behaviour, 4/ed.*  
Singapore: McGraw-Hill
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*.  
Jakarta: Salemba Empat
- McCharty, Jerome E. dan William D. Perreault, Jr. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kelima, Alih bahasa: Agus Dharma. Jakarta:Erlangga
- Mendrofa, Yoseph Baniader. 2012. *Effect of Product Knowledge and Brand Image to Purchase Intention with HP Laptop Brand Price Discounts as Variables Moderated in Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Manggala: Surabaya
- Mowen, John C. Michael Minor. 2008. *Consumer Behaviour, 6/ed.* New Jersey: Prentice-Hall,Inc
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta
- Razi, M.A.,Tam J.M., Siddiqui F.A. 2004. "Exploring the failure and success of DotComs". *Information Management & Computer Security*, Vol. 12, No. 3, h 228-244
- Ryan, J. and Whiteman, N, 2000. *Online Advertising Glossary: Sponsorships*. ClickZ Media Selling Channel.

- Shah, Syed Fida Hussain., Nazir, Tahira., Zaman, Khalid. 2013. *The Impact of E-Promotion and Social Networking on E-Business: Case Study of Vectone.com*. Journal of American Science, Volume 9, Number 6.
- Shimp, A Terrence. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Singh, M. 2002. *E-Services and their role in B2C E-Commerce*. Managing Service Quality, Volume 12, Number 6, pp. 434-446.
- Stevenson, W.J. 2005. *Operations Management, 8<sup>th</sup> Edition*. New York: McGraw-Hill
- Subagyo, P. Joko. 1997. *Metode Penelitian: Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supardi. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press
- Super, Donald E dan John O Crites. 1962. *Appraising Vocational Fitness by Means and Psychological tests*. New York: Harper and Row
- Supranto, J. 1996. *Statistik-Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Erlangga.
- Sutrisno Hadi, 1996. *Statistik jilid I*. Yogyakarta: Andi Offset

Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasara Modern, Edisi Kedua*.

Yogyakarta: Liberty.

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

[www.buckstore-id.com](http://www.buckstore-id.com)

[www.id.wikipedia.org/wiki/distro\\_\(pakaian\)](http://www.id.wikipedia.org/wiki/distro_(pakaian))

Yoestini dan Eva Rahma. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra*

Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian

(Studi pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericsson di Kota

Semarang). Tesis, Magister Manajemen Universitas Diponegoro:

Semarang.