**DAFTAR PUSTAKA**

Alfian, (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Makassar.

Alida Palilati. (2014). *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*. Universitas Haluoleo Kendari, Sulawesi Selatan Email: alyda\_palitati@yahoo.com.

Anandia, R., & Santoso, B. (2015). *MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN SEPATU ADIDAS (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*. 4, 1–11.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* *Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Arnould, Price, & Zinkhan. (2012). *Consumers.* New York: McGrew-Hill.

Cheng-Ping li. (2017). *Effects of Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, and Perceived Value on the Purchase Intention towards Sports and Tourism Products of the 2016 Taichung International Travel Fair*. The Journal of International Management Studies, 12(2), 97–107.

Da Silva dan Alwi. (2014). *Online Corporate Brand Image, Stasifaction, and Loyalty*. Journal of Brand Management Vol.16

Dimas Prasetya. (2015). *Pengaruh Persepsi Hrga, Fitur Produk, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Androif*. Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.

Dinawan, M, Rhendria. (2013). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang).* Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.

Durianto, Darmadi. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (cet. ke-10).* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Dyana Putri Nugraheni dan Bambang Munas Dwiyanto. (2016). *Pengaruh Citra Merek,Persepsi Harga, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Journal of Management, 5(1), 1–13.

Ferdinand, A. (2006). *Metodologi Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferdinand, A. (2006). *Metodologi Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fernando, M. F. and Aksari, N. M. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar.* E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana.

Ferrinadewi, Erna. (2011). *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Ghozali, I. (2013). *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 21.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ginting, Nembah. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kedua. Yrama Widya. Bandung.

Hasan, Ali. (2015). *Tourism Marketing*. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta.

Hogan, E. A. (2013). *Relationshipbetween College Students' Credit Cart Debt Undesirable Academic Behaviors And Cognitions, And Academic Performance* . College Student Journal, 1.

Hossein Moshref., Dolatabadi, Hossein Rezaei., Nourbakhsh, Mojtaba., Poursaeedi, Amir., dan Asadollahi, Ahmad Reza. (2012). *“An Analysis of Factors Affecting on Online Shopping Behavior of Consumers”.* Cnadian Center of Science and Education. Vol 4, No 5.

Ismayanti, N. M. A., & Santika, I. W. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image , Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Bali . E-Journal Manajemen Unud, 6(10), 5720–5747

Jill, Griffin. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga

Kartajaya, Hermawan. (2014). *Marketing in Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kementrian Perindustrian. (2018, May 20). Retrieved from Kementrian Perindustrian: http://www.kemenperin.go.id/

Kotler, Philip (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler Philip, Amstrong Gary. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Kotler & Armstrong, Gery. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition*. United States:Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Low, G. S., & Lamb, C. W. (2000). *The Measurement And Dimensionality Of Brand Associations.* Journal of Product & Brand Management, 9(6), 350–370. https://doi.org/10.1108/10610420010356966

Muharam, Wifky dan Soliha, Euis. (2017). “*Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio”.* Proseding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK, pp. 755-762

Moleong, L.J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Monroe. (2013). *Pricing Making Profitable Decision*. New York: The Mc GrawHill Companies, Inc.

Morissan, M.A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu Cetakan Keempat*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Mouren, Margaretha. (2012). *Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJP Bumi Putra*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol,iii, No,3, Halaman 289-308

Oentoro, Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang

Perdana, Ramadhan Sukma. (2014). *Analisis Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan.* Diponegoro Journal of Accounting. Vol. 3. No.3. pp. 1-13.

Peter, J Paul dan Olson, Jerry C. (2014). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Edisi Keempat.* Jakarta: Salemba Empat

Prasetyo, E. T., & Purwantini, S. (2017). *An Influence Analysis Of Product Quality , Brand Image , And Price On The Decision To Buy Toshiba Laptop (A Study On Students Of Economics Faculty Of Semarang University).* Economics & Business Solutions Journal, 1(2), 11–18.

Roslina. (2012). Citra Merek : Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya. Jurnal Bisnis dan Manajemen.

Safitri, Achmad Lia. (2014). *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi ,Vol. 3, No. 9. Agensi dan Teori Signaling”

Sangadji,E.M., dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Saputra, D., Waluyo, H. D., & Listyorini, S. (2014). *Effect Of Product Quality, Promotion , And Brand Image On Purchase Decision Of Nike Sports Shoes (Case Study On S1 Fisip Undip Students)*.

Schiffman & Kanuk. (2013). *Consumer Behavior Eigth Edition*. New Jersey: Prentice Hall

Sebastianelli, R., & Tamimi, N. (2002). *How Product Quality Dimensions Relate To Defining Quality*. International Journal of Quality and Reliability Management, 19(4), 442–453. https://doi.org/10.1108/026567

Shadrina Zatalini, N., & Mudiantono. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan, Minat Beli, Dan Keamanan Bertransaksi Untuk Meninkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-commerce Lazada.Co.Id Di Semarang*. Diponegoro Journal Of Management, 6(2)

Shah, S. S. H., Aziz, J., Jaffari, A. R., Waris, S., Ejaz, W., Fatima, M., & Sherazi, S. K. (2012). *The Impact of Brands on Consumer Purchase Intentions*. Asian Journal of Business Management, 4(2), 105–110.

Simamora, H. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bina Aksara

Solomon, Michael. R.(2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.

Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,. Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). *Effect Of Product Quality, Perceived Price And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic Product)*. Jurnal Manajemen, 21(2), 179–194. https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230

Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor, Ghalia Indonesia

Supangat, Andi. (2013). *Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Supranto dan Limakrisna, Nanda. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Swastha dan Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Rangkuti, Freddy. (2015). *Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4.* Yogyakarta: Andi.

Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi Kedua*. Yogyakarta: ANDI.

Trasorras. R., Weinstein, A., and Abrat, R. (2012). *Value, Satisfaction, Loyalty and Retention in Professional Services, Marketing Intelligence & Planning*, 27 (5) : 615-632.

Utami, M. (2015). *Pengaruh Aktivitas, Leverage, dan Pertumbuhan perusahaan dalam memprediksi Financial Distress Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2012*. Jurnal Akuntansi. 3(1): 5-10.utami

Wicaksono, P. U., & Mudiantono. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana Xl Axiata Di Semarang*. Diponegoro Journal Ofmanagement, 6(2), 1–11.

Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). *Pengaruh Brand Image , Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan*. Diponegoro Journal Of Management, 7(2001),1–9.

Yovina dan Saputri. (2016). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, Keterlibatan, Loyalitas terhadap Minat Beli Produk Private Label*. Diponegoro Journal Ofmanagement, 6(2), 1–11.

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6thed*. Mc.Graw-Hill. Boston