

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2002). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Ali, W., & Listiyorini. (2013). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Social and Politici*, vol. 1(9), pp. 72 - 81
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anderson, R., Tatham, R., Black, W. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6thEdition. Prentice-Hall. Englewood Cliffs. New Jersey.
- Arijanto, A. (2014). *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Edisi Ketiga). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Bairizki, Ahmad. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada UD Ratna Cake & Cookies). *Jurnal Valid*, vol. 14 No. 2, Juli 2017 : 71-86.
- Bekti Setiawati. (2008). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Dwijoyo di Desa Penanggulangan Kec. Pegandon. Kab. Kendal. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol.1 No.5.
- Bian, X., & Moutinho, L. (2011). The role of brand image, product involvement, and knowledge in explaining consumer purchase behaviour of counterfeits: Direct and indirect effects. *European Journal of Marketing*, 45(1/2), 191-216.
- Bilson Simamora. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Desi Arista, E., & Rahayu Triastuti, S. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pengembangan Bisnis UPI*, vol. 13 (1), 37–45.
- Desy Irana Dewi Lubis dan Rahmat Hidayat. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No. 1, pp. 15-24, Februari 2017
- Dinawan, Muhammad Rhendria. (2010). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, volume IX, No. 3, Desember 2010, halaman 335 – 369.
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 203-213.

- Ferdinand, Augusty. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Research Paper Series. Biro Penelitian. UNDIP.
- Ferdinand, Augusty. (2002). Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen Aplikasi Model Model Rumit Dalam. *Penelitian untuk Tesis Magister dan Desertasi Doktor*. Biro Penelitian. UNDIP.
- Fransisca Andreani. (2007). Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1.
- Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283.
- Ganesan, S. (2014), Determinants of longterm orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, vol. 58, April, pp. 1-19.
- Garbarino dan Johnson. (2009). The Different roles of satisfaction, trust and Commit- ment in Costumer Relationship. *Journal of Marketing*, vol.63,p.70-87.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gifani, Auliannisa dan Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, vol.10, No. 2, Oktober 2017, 81-94 ISSN : 2502-1559.
- Godey, B., Pederzoli, D., Aiello, G., Donvito, R., Chan, P., Oh, H., & Weitz, B. (2012). Brand and country-of-origin effect on consumers' decision to purchase luxury products. *Journal of Business Research*, 65(10), 1461-1470.
- Granbois, Donald. (2011). An Integrated View of the Store Choice/Patronage Process. *Advances in Consumer Research*, vol. 8, pp. 693-695.
- Hair, J. F., Anderson, R. E. Tatham, R. L., & Black, W. C. (2008). *Multivariate Data Analysis* (Fifth Edition.). New Jersey: Pretince Hall.
- Hanjaya, Sanny. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, volume 1, Nomor 2, Juni 2016.
- Hatane Samuel. (2007). Perilaku dan keputusan pembelian konsumen restoran melalui stimulus 50% Discount di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol.2, No.14.
- Hawkins, D., Roger J. Best, & Keneth A. Coney. (2014). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 7thEd. Mc-Graw Hill Company.
- Hennig, Thureau, Thorsten and Klee, Alexander. (2017). The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development. *Psychology & Marketing*, vol. 14(8):737–764.

- Herbig, P., J. Milewicz and J. Golden. (2014). A model of reputation building and destruction. *Journal of Business Research*, vol. 31(1), 23-31.
- Hermann, A., Monroe, K. B., and Huber, F. (2007). The Influence of Price Fairness on Customer Satisfaction: An Empirical Test in the Context of automobile Purchase. *Journal of Product & Brand Management*, vol. 16 No. 1, pp. 49-58.
- Janita, I. D. (2011). *Pemasaran Pariwisata Yang Bertanggung Jawab*. Jakarta: Pinus Book.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management, Building Measurement and Managing Brand Equity*. Upper Sadle River. NJ Pearson Education Internasional.
- Khumairo; Ninik Lukiana dan Kasno T. Kasim. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Lumajang. Progress Conference, Vol. 1, No. 1, Agustus 2018.
- Kotler, Philip. (2008). *Dasar-dasar Pemasaran- Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. Harlow: Pearson Education.
- Kurniawan, P., & Sidharta, I. (2016). SERVQUAL on Brand Image and Relationship Equity. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 866-871.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Merk, Nilai dan Keinginan membeli ulang jasa klinik kesehatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 7 (1), 25–32.
- Lorena, Esa Yanri Mekar dan Martini, Sri. (2019). Menilai Pengaruh Citra Merek, Keragaman Menu, Suasana Toko dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Society Coffee House Purwokerto). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, volume 21 Nomor 02 Tahun 2019.
- Lukas, Bryan A., and O.C Ferrel. (2010). The Effect of Market Orientation on Product Innovation. *Journal of The Academy Marketing Science*, vol. 28 No.2, pp. 239-247.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., Iqbal, H. K., Ali, Q., Hunbal, H., Noman, M., & Ahmad, B. (2013). Impact of brand image and advertisement on consumer buying behavior. *World Applied Sciences Journal*, vol. 23(1), 117-122.
- Meldarianda, R. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17 (2), 97–108.
- Noto, Ezra Hendri dan Hakim, Lukmanul. (2016). Analisis Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus

- Jasa bengkel Alin Motor Semarang). *Among Makarti*, vol.9 No.17, Juli 2016.
- Nurhayati, Siti. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JBMA)*, Vol. IV, No. 2, pp. 60 – 69.
- Reza Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 30(4), 460- 476.
- Riduan. (2012). *Skala Pengukuran Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku Organisasi*. (Edisi Enambelas). Jakarta: Salemba Empat.
- Rokh Eddy Prabowo; Kis Indriyaningrum dan Anggita Dian Setyani. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi* Vol. 18, No. 4, pp. 121 – 132, Oktober.
- Sumanti, J. C., & Mangantar, M. (2015). Analisis kepemilikan manajerial, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA*, vol. 3 (1), 1141–1151.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Semuel, Hatane; Kosasih, Annette Veronica dan Novia, Hellen. (2007). Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 2, No. 2, Oktober 2007: 73-80.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Surya Adi Dharma, N., & Sukaatmadja, I. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *e-Jurnal Manajemen*. Universitas Udayana, vol. 4(10), pp. 56-66.
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Suber Daya Manusia* (Edisi Perdana). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wahyu, Muhammad; Djoko, Handoyo dan Listyorini, Sari. (2013). Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Iklan Terhadap Keputusan Pemebelian. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, vol. 12(5), hal. 1-9.