

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*, Alih Bahasa oleh Aris Ananda, Jakarta: Mitra Utama
- Algamar Putra, 2017, Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru), *JOM FISIP*, Vol. 4 No. 1.
- Albari dan Anita Lirisweri, 2004. “Analisa Minat Beli Konsumen Sabun Cair Lux, Biore dan Lifeboy di Kotamadya Yogyakarta Ditinjau dari Pengaruh Sikapnya Setelah Melihat Iklan di Televisi dan Norma Subjektif”
- Andawari, Anindia Rachma dan Kamal (2014): Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Coffe Stove Syndicate Café semarang oleh mahasiswa Universitas diponegoro, *jurnal Ilmu dan Riset* Vol.3, No.13 (2014)
- Amstrong, G & Kotler. P. 1997. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Cetakan pertama Jakarta: Erlangga.
- Arjun Chaunduri; Morris B Hollbrook,” The Chain of Effect from Brand Trust and Brand Effect to brand performance: The Role of Brand Loyalti”. *Journal of Market Focused Management*, 2001.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Assael. 1992. *Consumer Behavior* . Edisi Bahasa Indonesia. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu*, Jilid 1 (edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Bambang, Setiaji, 2006, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Basrah Saidani dan Samsul Arifin, 2012, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan pembelian Pada Ranch Market.
- Basu, Swastha DH., Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas, Yogyakarta: Liberty Offset,
- Bendixen, MT. 1993. “Advertising Effect and Effectiveness”. *European Journal of Marketing*. 27(10):19-32.

- Bilson Simamora. 2002. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Buchari Alma,. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta.
- Buchari Alma,. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ketujuh (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Broderick, Amanda dan Gordon R. Foxall, 1999. *Cross-National Consumer Involvement: Putting The Concept in Context*, *Aston Business School Reseach Journal*, Aston University, Bostom: Brimingham. No. 5 vol 2 89-99.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Cooper, Donald R dan Emory, C William, (1999). “Metode Penelitian Bisnis”. Edisi Kelima. Jilid 1. Erlangga Jakarta.
- Dawar, N., and Madan , M.P. (2000). Impact of Product Harm Crisis on Brand Equity: The Moderating Role of Customer Expectations.” *Journal of Marketing Research*.37(2),215-226.
- Deci, Edward L., & Ryan, Richard M. 2002. *Handbok of Self-Determination Research*. Singapore/; *The University of Rochester Press*
- Dessler, Gary., 2003., *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jilid 1. Edisi 10. Penerbit PT Indeks: Jakarta
- Dharmmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Durianto, Darmadi dan C. Liana (2004). *Customer Loyalty : Toward an Intregated Conceptual Framework*, *Journal of The Academy Marketing Science*, Vol.22,p.99-133
- Delgado-Ballester, Elena and Munuera-Aleman, J. L. (2005). Does Brand Trust Matter to Brand Equity?, *Journal of product and Brand Management*. Vol.14, No.3
- Dwityanti, E. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri. Tesis Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Edris, Mochamad, “Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek(studi kasus pada Detergen Merek Rinso di Kabupaten Kudus)”. *Jurnal ISSN: 1979-6889*. 2009.

- Engel, J.F., G Blakwell dan P. W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2002, *Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI YOGYAKARTA Majalah Info Bisnis, Edisi maret-Tahun keVI-2002.
- Fandy Tjiptono . 2001. *Manajemen Jasa* . Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi Offset.
- Ferrinadewi, Erna, 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gendro,Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ketiga. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guirvez,P. and M. Korchia: 2002. “Proposition d’une Echelle de Mesure Multidimensionnelle de la Confiance dans la Marque’, *Recherche et Applications en Marketing* 17(3), 41-46
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Hurriyati, Ratih (2005), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung Alfabeta.
- Husein Umar, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka. : Erlangga.
- Ika, Nuraini dan Kustini. 2011. *Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product*. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol 1, No.1 April 2011, pp. 19-28
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta
- Kinncar, T. C, dan Taylor, J. R. 2003. *Riset Pemasaran*. (*Terjemahan oleh Thamrin*). Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler.(2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta : erlangga.

- Kotler, Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran 2. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 1992, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kelima, Intermedia, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta, :Erlangga.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2011). 10th Edition. “*Marketing an Introduction*”. Indonesia: Perason.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Lau, Geo Tkheng dan Lee, Sook Han, 1999, *Consumer Trust in Brand and The Link to Brand Loyalty*, Journal of Market Focused Management, Vol 4.
- Laurent, Gilles dan Kapferer, Joean-Noel, 1985, *Measuring Consumer Involvement Profiles*, Journal of Marketing Research, vol XXII, p.41-53.
- Lupiyoadi, Rambat, (2013): *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta :Salemba Empat.
- Lupiyoadi, (2001): *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*. Jakarta :Salemba Empat.
- Lucas, D. B & Britt, S.H. 2003. *Advertising Psychology and Research*. New York: Mc Graw-Hill.
- Mehta, A.J., (1994). *Hydraulic Behaviour of Fine Sediment*. Coastal, Estuarial and Harbour Engineer’s Reference Book, Chapman and Hall, London
- Miki Ambarwati, Sunarti dan Mukhammad Kholid Mawardi (2015), Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent).
- Mowen, Jhon C Minor. “*Consumer Behaviour*”, Edisi Terjemahan ke 5, Erlangga, Jakarta,2002.
- Morissan,2010, Periklanan “*Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Prenada Media.

- Morgan , R.M and Hunt , S.D (1994), “*The commitment-trust theory of Relationship Marketing*”, *Journal of Marketing*, Vol. 58, No.3, pp. 20-38.
- Muhammad Ari Adriansyah dan Rudy Aryanto, 2012, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan pembelian J&C Cookies.
- Philip Kotler, 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2, PT. Indeks, Jakarta
- Prof. Dr. Alo Liliweri. 2005. *Dasar-dasar Komunikasi*.
- Purnomo, Eko. 2016. *Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras local*. Universitas Pasir Pengaraian.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat, 2008.
- Saputro, Anton. 2015, “ *Analisis Pengaruh harga dan kualitas produk smartphone Samsung terhadap minat beli konsumen di delta cell matahari singosaren Surakarta*”. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT.Indeks Gramedia
- Sunyoto, Danang . *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, CAPS: Yogyakarta, 2012
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Simamora, Bilson dan Lim, Johanes, 2002, *Aura Merek :7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Swastha,Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. BPFY-Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo.2007. *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Liberty
- Tanoni, Romy Victor. 2012. Pengaruh iklan terhadap Niat Beli melalui Citra Merek dan Sikap Produk Mizone di Surabaya. Surabaya: Unika Widya Mandala.

- Tjiptono, Fendy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. "Strategi Pemasaran", Edisi 1, Yogyakarta, 1997.
- Tull and Kahle (1990). *Marketing Management*, New York : Macmillan Publising Company.
- Wiyadi. 2011. *Manajemen Pemasaran Strategi dan Program* . Surakarta: Smart Media.
- Yulius Wasis Kristyatmoko Dan Anik Lestari Andjarwati (2013), Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Tablet Samsung Galaxy.
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A., and Berry, Leonard L. 1990. *Delivering Quality Service (Balancing Customer Perceptions and Expectations)*. The Free Press A Division of MacMillan, Inc. New York-Oxford-Sidney.