

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, Maikul. (2012). The Influence Of Brand Image On Sales. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(4), pp: 3552-3556.
- Chi, H. K., Yeh, H. R., & Yang, Y. T. (2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. *The Journal of International Management Studies*, 4(1), 135–144.
- Dinawan, M. Rhendria. (2010). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio Pt Harpindo Jaya Semarang). *Tesis*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Evelina, Nela., Handoyo DW, Sari Listyorini. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi (Studi Kasus pada Konsumen Telkom Flexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), pp: 203-213.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Hidayat, Rachmat. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11 (1), pp: 59 – 72
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.
- Kumala, Octaviantika Benazir. (2012). Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta Bali. *Skripsi*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Musay, F. P. (2015). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 3642–3658.
- Sari, Anisa Kurnia. (2013). Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), pp :285-296.
- Sari, H. P., & Rahmawati, P. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Benefita*, (1), 222–237.

- Sari, Ratna Dwi Kartika. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebelian pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Simamora, Bilson. (2004). Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Suki, N. M. (2013). Students ' demand for smartphones Structural relationships of product features , brand name, product and social influence. *Emerald Groub Publishing Limited*, 30(4). <https://doi.org/10.1108/CWIS-03-2013-0013>.
- Tjiptono, Fandi, (1997). *Strategi Pemasaran*. Penerbit ANDI. Yogyakarta
- Villarejo-ramos, A. F., Ph, D., Sánchez-franco, M. J., & Ph, D. (2016). Authors Marketing Communication as a Precedent for Brand Equity An Examination into the Market of Durable Products. *Journal of Brand Management*, 1–26.
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan , Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 13–30.
- Wiratama, Aditya Yoga. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.