

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence, “*Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*”.Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta: Erlangga,2007.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam MembeliProduk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Angipora Marius P., 2002,*Dasar-Dasar Pemasaran*, PT.Raja Grafindo Persada,Jakarta.
- Annafik, Aldan Faikar.2012. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS Cabang KedungMundu Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Arista, E. Desi., & Astuti, Sri Rahayu Tri. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Aset*. ISSN 1693-928X. 13 (1). 37-45. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.Semarang.
- Ayuningtias.A. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Sepede Motor Honda. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Azhar Susanto, 2004. *Sistem Informasi Manajemen*.Bandung: Linggar Jaya.
- Bendixen, MT. 1993. "Advertising Effects and Effectiveness".*European Journalof Marketing*.27 (10): 19-32.
- Endah, D. (2017). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Notebook ASUS. *Skripsi*. Universitas Muhamadiyah Surakarta.
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gaef, 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
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Edisi ke 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. 2010. *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall
- Keller, Kevin Lane, 1998, *Strategic Brands Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kopalle dan Lehman. 1995, "The Effects of Advertised and Observed Quality on Expectation About New Product Quality", *Journal of Marketing Research*, Vol XXXII. P. 280-290.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2003, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Cetakan III, Alih Bahasa oleh Benyamin Molan.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management. The Millenium Edition*. Upper Saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1 & 2. Terjemahan. Hendra Teguh. Ronny A. Rusli. dan Benyamin Molan. PT. Prenhallindo. Jakarta

- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga
- Kumala, Octaviantika Benazir. 2012. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta-Bali.*Jurnal*. Universitas Indonesia.
- Kusno, Fera dkk. (2007). Analisa Hubungan Brand Strategy yang Dilakukan Goota Japanese Charcoal Grilland Café dan Brand Equity yang Sudah Diterima Konsumen. *Jurnal* Manajemen Perhotelan, Vol. 3 No. 1, Maret, pp: 43-56.
- Mahmud, M. 2012, *Cara-cara jitu berjualan dengan sentuhan kreatif*, Penerbit Fashbooks. Jogjakarta
- Murti,Baskoro Ndaru.2014. Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser terhadap citra merek dalam meningkatkan minat beli pada produk sepatu olah raga adidas.*Skripsi* .Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro,Semarang.
- Pakaya, Salman.2013.Pengaruh celebrity endorser pada iklan Fresh Care terhadap minat beli konsumen.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.
- Riyanto, Makmun. 2008. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabe
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. AlfaBeta.
- Suyanto. 2005. *Analisis & Desain: Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

- Swasta, B. 2002, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Swasta, B. dan Irawan, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kesebelas, Penerbit Liberti, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Wijaya, B. S. (2013). 'Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication', *European Journal of Business and Management*, 5 (31)
- Yoestini dan Eva. S (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal sains Pemasaran Indonesia*. No.3. Vol. VI. Hal. 261-276.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.