

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2010. *Measuring brand equity across products and markets*, *California Management Review*, 38 (3), 102-120.
- Amirullah. 2014. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azwar, S. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Catur Sugiarto, 2006, Pengaruh Komponen Pembentuk *Brand Equity* Terhadap *Purchase Intentions* (Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo di Kota Surakarta).
- Chi, H. K., Yeh, R. H., & 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), 4-20.
- Djarwanto Ps dan Pangestu, Subagyo. 2014. *Statistik Induktif*, Edisi Empat. Yogyakarta: Badan Percetakan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Dony Indra Permana, 2017, Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt.Piji Di Jawa Timur.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, L. J. Budiman. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eko Nurdin Kurnianto dan Budi Astuti, 2013, Analisis Pengaruh Komponen Pembentuk Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli“ pada konsumen rumah makan Yogya Chicken di Yogyakarta.
- Ema Nurzainul Hakimah, 2016, Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Khas Daerah Kediri Tahu Merek “POO” Pada Pengunjung Toko Pusat Oleh-Oleh Kota Kediri.
- Engel, James F., D. B. Roger, M. Paul. 2011. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan oleh F.X. Budiyanto. Edisi Keenam. Jilid Pertama. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fayrene, Chieng and Goi Chai Lee. 2011. Customer-Based Brand Equity: A Literature Review, *Journal of Arts Science & Commerce*, ISSN 2229-4686.

- Ferdinand, Augusty, 2012, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hoeffler, Steve and Keller, Kevin Lane. 2010. *The Marketing Advantages of Strong Brands. Brand Management*, Vol. 10, No.6.
- Jalaali, Muhammad Rifqi Zakaria Dzul, 2017, Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Adidas Di Surabaya.
- Jalilvand, Mohammad Reza dan Neda Samiei 2012, The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Brand Image and Purchase Intention An empirical study in the automobile industry in Iran, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 29 Iss 6 pp. 412-422.
- Khasanah, Imroatul.2013. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol 4. No. 1.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2011. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Susanto, AB, 2010. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*:
- Lupiyoadi, Rambat, 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat.
- Muhammad Riduansyah Suharyono Zainul Arifin, 2016, Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Sepatu Merek Adidas di Adidas Store Mal Olympic Garden Malang).
- Musekiwa,A., Chiguvi, D., dan Hogo, H. 2013. Customer Based Retail Brand Equity (RBE) Dimensions Effect on Retail Brand Equity for OK Supermarket in Bindura. *International Journal of Business and Management*. Vol. 8, No. 19. Pp. 45-54.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality And Its Implications for Future Research*. The Journal of Marketing, 49.

- Peter, J. Paul, J. C. Olson. 2015. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Raharjani, J., 2015, *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja* (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang), *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol.2 No.1, Januari 2015.
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rismiati, E. Catur, dan Suratno, Bondan, 2011, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Kanisus.
- Santoso, Dharmawan, dan Mukhammad Najib. 2015, Brand Equity Susu Cair UHT dan Pengaruhnya Pada Purchase Intention. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.12, No.1.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy. 2011. *Riset Pemasaran. Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2009. *Consumer Behaviour 7 th. Edition*. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks
- Sethi, Rajesh, Deniel C. Smith dan C. Whan Park, 2011, *Cross Functional Product Teams, Creativity, and the Innovativeness of New Consumer Products*,” *Journal of Marketing Research*, Vol. XXXVIII hal. 73 – 95.
- Simamora, Bilson. 2012. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2014. *Metode penelitian Bisnis*. Cetakan Ke-10. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima : Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Swastha, B dan Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. BPF. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2015. *Service, Quality, & Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Vika Yulia Sari, Dessyta Gumanti, Sumarni, 2017, Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat).

Wheeler, Alina. 2006. *Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands*, 2nd Edition. ISBN: 978-0-471-74684-3. Wiley. Philadelphia, USA.

Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. 2014. *The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing*, 60.