

DAFTAR PUSTAKA

- Akrom, M.C. (2013). Pengaruh Kemasan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Kripik Paru UMKM Sukorejo Kendal. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Blijleven, J.P., & Schoormans, R.V. (2009). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Bruandari, S. F. (2012). Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Merek Blackberry (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Candra, Y. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Keterlibatan Keluarga Terhadap Keputusan pembelian Leasing Sepeda Motor Suzuki di Kabupaten Pesisir Pelatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 3, Nomor 1, Januari.
- Corduas, M., Cinquanta, L., & Levoli, C. (2013). The importance of wine attributes for purchase decisions: a study of Italian consumers' perception. *Preprint submitted to Elsevier*. October 19, 2012.
- Dahmiri. 2009. Pengaruh Bauran Penjualan Eceran (retailing mix) Terhadap Citra hand and body lotion Department store (studi pada ramayana department store kota Jambi). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*. Vol. 1 No.1.
- Djarwanto & Subagyo, P. (2005). *Statistik Induktif*. Edisi 5. Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, D., Sugiarto & Sitinjak, T. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Elias, N.V., Feingold, J.B., & Fluhr, J.M. (2003). *Secret of Customer Relationship Management*. Edisi Bahasa Indonesia. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Erdalina, W., & Evanita, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra Hand And Body Lotion Di Pariaman. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. No. 3, Jilid 9.
- Ferrinadewi, E., & Darmawan (2005). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Erlina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 1. No. 2. Hal. 1 – 10.

- Ginting, N.F.H. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 2. Bandung: Yrama Widya.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF.
- Griffin, R.W., & Elbert, R.J. (2002). *Bisnis* (Jilid I). Jakarta: PT Indeks, Kelompok Gramedia
- Huda, N. (2012). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar*?. Skripsi. Universitas Hasanudin. Makasar.
- Komalasari, Fitri. 2010. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian Produk Handphone Nokia E series*. Thesis. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma. Jakarta
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 2, Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi millenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Indeks.
- Lamb, C.W., Hair, J.F., & Mc.Daniel, C. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Lonial, W., & Zaim, H.T. (2000). *Manajemen Pemasaran Global*. Edisi Enam. Jilid 2. Gramedia.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Riset Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Empat. Jakarta: Gramedia.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Margono, S. (2004). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Mayasari, L.I. (2011). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Terhadap Kualitas, Nama Merek, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan pembelian ulang Sabun Pencuci Pakaian Bubuk Attack*. Skripsi. UNDIP. Semarang.
- Novotorova, N.K., & Mazzocco, M.A. (2009). *The Impact of Product Attribute Wording on Consumer Acceptance of Biotechnology Applications in Produce*. *Journal of Food Distribution Research* 40(3).

- Romdonny, J., & Rosmandi, M.LN. (2018). Pengaruh Merek, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bola Sepak. *Ikraith-Humaniora*, Vol. 2, No. 2 Juli 2018.
- Saidani, B., & Ramadhan, D.R. (2013). Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Seri Galaxy. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* (JRMSI). Vol. 4, No. 1, 2013.
- Schiffman, I.G., dan Leslie, L.K. (2004). *Consumer Behaviour*. Edition 8th. New Jersey: Prentice Hall.
- Simamora, B. (2002). *Aura Merek, 7 Langkah Membangun Merek Yang Kuat*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Cetakan Keenam. Bandung: Penerbit Alfa Beta.
- Suliyanto. (2008). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja. Rosdakarya:
- Suswardji, Edi, Sungkono dan Lutfi Alfajri. (2012). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fu (Studi Kasus Pada Dealer Suzuki Sanggar Mas Jaya Karawang). *Jurnal Manajemen*. Vol. 10. No. 1. Oktober 2012. Hal. 1055–1070.
- Swastha, B., & Handoko, T.H. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tarimana, S.I. (2017). Pengaruh Merek, Kemasan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mokko Donut & Coffee Kendari. *Skripsi*. Universitas Halu Oleo. Kendari
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2010). *Pemasaran Strategik*. Edisi Dua. Yogyakarta: Andi.
- Wijayanti, R.F. (2015). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Smartphone Android). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 6. Nomor 2.
- Zia, M. (2017). Impact of Product Attributes on Purchase Decisions: A study of Processed Food Customer in India. *Multidisciplinary Academic Conference*. The 10th March 2017.