

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah Nuraini dan Ida Maftukhah. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal, Vol. 4 No.2 ISSN:2252-6552*.
- Angiopora, M. (2007 : 193). Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Baedowi, M. M. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Rokok Djarum Super. *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Basu Swastha dan Hani T. (2012 : 102). Analisis Perilaku Konsumen . Yogyakarta: BPFE.
- Dedi Nurdianto dan Tri Yuniati. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Sebagai Variabel Intervening terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Honda. *Jurnal Ilmiah dan Riset Manajemen, Vol 2 No.10, 1-29*.
- Endang dan Maurine. (2009). Analisis Kualitas Produk Dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Hp Nokia. *Vol 6 Edisi 2 Universitas Stikubank Semarang*.
- Ernestivita, Gesty. (2016). Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusamba. Universitas Nusantara PGRI Keiri*
- Etta Mamang dan Sopiah. (2013 : 323). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV. Andi.
- Ghanimata, F. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gitosudarmo, I. (2008). Manajemen Pemasaran. Cetakan Keempat. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Hadi, S. A. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Moderasi Kepuasan Konsumen (Studi pada Kopontren Al Munawwir Yogyakarta). *Skripsi Universitas Islam Negeri Yogyakarta*.
- Hariadi, D. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset*

Manajemen, Vol 1 No. 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya.

- Heryanto, Imam. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Vol.9 No.2. ISSN 2443-212.
- Irawan, D. T. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 4 No. 9 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)*
- Irwanty L Situmorang, Jushermi ', Marhadi. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Universitas Riau.*
- Iswayanti, I. P. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Soto Angkring Mas Boed. *Skripsi Universitas Diponegoro.*
- Kaplale, Raihana. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Kasus Pada Pt. Hasjrat Abadi Cabang Ambon). *Jurnal Universitas Pattimura*
- Kotler & Amstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi ketigabelas Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran 1. In *Edisi ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Lembang, R. D. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro). *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.*
- Muhammad Arslan and M.Phil. (2014). Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan. *Research on Humanities and Social Sciences, 98-107.*
- Nur Wasikq Febriyanto. (2017). Pengaruh Implementasi *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Perbankan Syariah. *Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Salatiga*
- Noerchoidah. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Iklan Terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. *Jurnal WIGA Vol. 3 No.1. ISSN NO 2088-0944.*

- Riyanto, R. P. (2015). Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Distribusi Pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Kasus pada Konsumen Taruna Adiprima Motor Kudus). *Skripsi Universitas Negeri Semarang*.
- Silviana, M. (2008). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ice Cream Wall's Pada Siswa Smp Dan Sma Di Kota Padang. *Jurnal Universitas Negeri Padang*.
- Soharjoni., dkk. (2012). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kerinci dengan Citra Merek sebagai Variabel *Moderating*. Universitas Bung Hatta
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: Cv. Andi
- Sugiyono. (2013) dan (2015). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: ALFABETA.
- Sugiarto, Y. Rizky Iryanita. (2013). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan). Volume 2. Jurnal Universitas Diponegoro
- Sunyoto, D. (2013). Teori, Kuisisioner & Analisis Data. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suzy Widyasari dan Erna Triastuti Fifilia. (2009). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *Jurnal Vol 6 edisi 2 Universitas Stikubank Semarang*, hal 159-169.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi.
- Tjiptono, F. (2011). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi.
- Ummu Habibah dan Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Vol.1 No. 1 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Wiratama, A. Y. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Di Kota Semarang . *Skripsi Dipublikasikan. Universitas Diponegoro*.
- Yosep Hari Prokla dkk. Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bola Lampu Philips Di Kota Padang. Universitas Bung Hatta
- Zaini, A. B. (2013). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur) . *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Zikmund dan Babin. (2013 : 42). Menjelajahi Riset Pemasaran. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

