

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., 2011, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, Free Press, New York.
- Alvian B, 2012, Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla cabang Polman. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin*.
- Arikunto, Suharsimi. 2009, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi IV, Rineka Cipta, Jakarta.
- Bayu Hendrawan Suroso, Sri Setyo Iriani, 2014, Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli Mie Sedaap Cup, *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 2 Nomor 4 Oktober 2014*.
- Bella Gusniar, 2014, Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Harga dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand and Body Lotion* merek Citra (Study pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro), *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, Semarang*.
- Dama Yanti, 2014, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Oriflame (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Produk Oriflame), *Naskah Publikasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Engel, James. F, Roger. D. Blackwell dan Miniard, Paul. W. 2005, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid I, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi 2, BP. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferrinadewi, Erna, 2008, *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*, Bina Pustaka, Semarang.
- Hani Handoko, 2011, *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.

- Hermann *et al.*, 2007, The Influence of Price Fairness on Customer Satisfaction: An Empirical Test in The Context of Automobile Purchases. *Journal of Product & Brand Management*. Vol.16, No.1, pp 49-58.
- Husein Umar, 2006, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ihda La Aleiyya, Handoyo Djoko Waluyo, Widayanto, 2014, Pengaruh Inovasi Produk baru, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet Apple iPad (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna iPad di Fisip UNDIP Semarang), *Diponegoro Journal of Social and Politic Tahun 2014*.
- Keller, 2007, *How to Manage Brand Equity*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong, 2007, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan Jilid 1, PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip., and Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta.
- Lutiary Eka Ratri, 2007, Hubungan Antara Citra Merek (*Brand Image*) Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang, *Skripsi Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro Semarang*.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Nasution, H.N. 2005. *Inovasi Organisasi : Konsep dan Pengukuran*. Usahawan No. 09 th XXXIV September 2005.
- Rajput, A.A.; Kalhor, S.H.; dan Wasif, R. 2012. Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior: Evidence from Pakistan. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. *ijcrb.webs.com*. Vol 4, No 4. August, h.585-496.
- Rinda Romdonah, Aziz Fathoni, Andi Tri Hariyono, 2015, Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih) (2015) *Journal of Management*. ISSN : 2442-4064, Volume 1 no 1 Februari 2015.

- Ryanto Hariandy Wangean, Silvya L. Mandey, 2014, Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mobil All New KIA RIO di Kota Manado, *Jurnal EMBA, Volume 2, No 3 September Tahun 2014*.
- Singgih Santoso, 2005, SPSS, *Statistik Parametik*, Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Sousa, F.C.; Pellissier, R; dan Monteiro,I.P. 2012. Creativity, Innovation And Collaborative Organizations. *The International Journal of Organization Innovation Vol 5 No. 1. p.26-5*.
- Sudjana, 2006, *Metode Statistika*, Tarsito, Bandung.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, Alfabeta Bandung.
- Sutisna dan Pawitra, 2010, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Jakarta.
- Tamamudin, 2012, Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina). *Jurnal Penelitian Vol. 9, No. 2, November 2012. Hal. 283-300*.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.
- Xian, Gou Li, dkk. 2011. Corporate, Product, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions. *Journal of Computers, (6) page:1875 1879*.
- _____, 2015, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Ekonomi, UMK Kudus.