

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2008. Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek Terjemahan oleh Aris Nanda. Cetakan Ketiga. Jakarta. Mitra Utama
- Ali, Hasan. 2010. Marketing. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressindo
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Buku Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- Darmawan, Deni. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Dasuki, Uki. 2017. Pengaruh Sikap dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian T-Shirt Airplane pada Distro Airplane System Bandung. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 3 No 10 Hal 1-21.*
- Desiana, Arnes. 2015. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tas Shopie Martin di BC Yulis Mawaddaty Pare. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 3 No 7 Hal 1-19.*
- Destari, Nina dan Yulizar Kasih. 2016. Analisis Pengaruh Atribut Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tas Eiger di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 3 No 7 Hal 1-20.*
- Durianto, Darmadi, et al. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jerry, R. Wilson 2010. Marketing Principle. Jakarta : Salemba.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- . 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Keller, Lane Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Lubis, Hidayat Bismo Ikhsan dan Arif Wibowo. 2016. Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 3 No 8 Hal 388-401*.

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3*. Salemba Empat. Jakarta.

Matahari.co.id

Maula, Nighmatul dan Muhammad Edwar. 2015. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, an Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 3 No 9 Hal 1-23*.

Miauw, Harry Yonathan Kevin. 2016. Motivasi Konsumen dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian WILD. *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis Volume 1 Nomor 5 Hal 567-575*.

Narbuko, Cholid dan Achmadi Abu. 2013. *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara. Jakarta.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian*. Prenadamedia Group. Jakarta.

Puspita, Lucky Diestutiace, dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Charles & Keith di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 34 No. 1 hal 79-85*

Putri, Pradana Widia Mutiara, dkk 2016. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vo. 16 No 2 hal 234-241*.

Riduansyah, Muhammad, dkk. 2016 Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas di Adidas Store Mall Olympic Garden Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol 41 No 1 Hal 163-169*.

Rofian, Muhammad. 2017. Analisis Pengaruh Word of Mouth, Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 3 No 2 Hal 1-21*.

Sernovitz. 2006. *Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Setiadi, J Nugroho. 2015. Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. Prenadamedia Group. Jakarta.

Shimp, A Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi. Salemba Empat. Jakarta.

Simamora Henry. 2007. Manajemen Pemasaran Internasional. PT Rineka Cipta, Jakarta.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D. Alfabeta. Bandung.

Sumarwan, Ujang. 2014. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.

Tjiptono, Fandy, 2005. Brand Managemen dan Strategi. Andi. Yogyakarta.

Vemale.com

Widjaja, M., Wijaya, S. dan Jokom, R. (2007). Analisis Penilaian Konsumen terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol.3, No.2 Sepetember 2007 hal.89-101.

www.topbrand-award.com



