

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa: Aris Ananda, (2013), Spektrum Mitra Utama, Jakarta
- Andriani, D. P. (2017) *Desain dan Analisis Eksperimen Untuk Rekayasa Kualitas*. Malang : UB Press
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astuti, S.W., & Cahyadi, I. G. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Majalah Ekonomi*. Tahun XVII. No. 2. Agustus. Hal. 145 – 156. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Budiyarto, A. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Brand Image Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di PT. Yerry Pritama Hosindo', *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(3), 71-80.
- Cockrill, A., & Mark M. H. G. (2010) . Perceived Price And Price Decay In the DVD Market. *The Journal of Product And Brand Management*, 19, 367-374
- Durianto, D., Sugiarto., Sitinjak, T. (2011). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akutansi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Deepublish
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish
- Ginting, Nembah. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1. Bandung: Yrama Widya.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program PSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

- Halim, P., Swasto, B., Hamid, D., & Firdaus, M. R. (2014). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Quality of Service to Customer Trust and Implication on Customer Loyalty*, *European journal of Business and Management*. 6(29), 159-166.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 1. Terjemah: Bob Saban, Jakarta: Indeks.
- Inayati, L.S., Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 6(4), 1-20.
- Iryanita, R., Sugiarto, Y. (2013). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian', *Journal of Management*. 2(2), 1-9.
- Iskandar, D., Nurmalina, R., Riani, E. (2015) 'The Effect of Service, Product Quality, and Perceived Value On Customer Purchase Intention and Satisfaction', *Journal Business and Entrepreneurship*. 1(2), 51-62.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid 2* Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P dan Armstrong G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Lee, S., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived Price of Dynamic Pricing. *Journal of Industrial Management Data Systems*, 111 (4).
- Li, C. P. (2017). Effects of Brand Image, Perceived Price, Perceived Quality, and Perceived Value on the Purchase Intention towards Sports and Tourism Products of the 2016 Taichung International Travel Fair. *The Journal of International Management Studies, Volume 12*, 97-107.
- Marchiani, N. D., Hidayat, W., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Converse (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 4*.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Jurnal JeBM, Volume 14*, 16-23.
- Prawira, A. (2010). Hubungan Antara Motivasi Belajar dan Disiplin Belajar Siswa SMA dengan Prestasi Belajar Ekonomi Siswa SMA Negeri I Wonogiri Tahun Ajaran 2008/2009, Yogyakarta.

- Rahman, A. (2010). *Strategi Dasyat Marketing Mix for Small Business: Cara Jitu Merontokan Pesaing*. Jakarta: TransMedia
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brand : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sangadji, E. M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Setiadi, N. J. (2013). *Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Silfiani, Y. Y., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK JAVA (Studi Kasus pada Konsumen Mahasiswa STIE AMA, IAIN dan UKDW Salatiga). *Jurnal Among Makarti, Volume 10, 27-54*.
- Stanton, W.J. (2012). *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, Bandung.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sutojo, S. (2009). *Manajemen Pemasaran untuk Eksekutif Non-Pemasaran*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*, Yogyakarta: Andi.
- _____. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi III)*. Jogjakarta: Andi.
- Umar, H. (2011). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widlyanto. (2014). *Statistika Terapan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Wiratama, A. Y., & Khasanah, I. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang.
- Zulfikar & Budiantara, N (2014) *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Yogyakarta : Deepublish

Zebua, M. (2018). *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: Deepublish