**DAFTAR PUSTAKA**

Abiidurahman. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk “Mie Sedaap Cup” (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya)”. Diakses di <http://ejournal.unesa.ac.id/article/14165/54/article.pdf>

Achmad Herry Buchory & Djaslim Saladin. (2010). Manajemen Pemasaran: Edisi Pertama. Bandung: Linda Karya.

Agustina Shinta. “Perilaku Konsumen : Analisa Perilaku Konsumen dan Strategi Promosi”. dalam shinta.lecture.ub.ac.id/files/2012/11/PK-12.docx. (7 mei 2016).

Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. (2010). Teori Komunikasi Masa Dasar. Pergolakan dan Masa Depan. Jakarta : Salemba Humanika.

Basu Swastha, Handi Handoko. (2011). Manajemen Pemasran-Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.

Buchari Alma. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Danang Sunyoto, 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit CAPS.

Daryanto. (2011). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Eka Kurnia Putra, 2013 “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Deterjen Rinso Anti Noda (Studi Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang Berdomisili di Desa Telang Bangkalan)”. Diakses di ceceppermanasuhendar.blogspot.co.id/2015/02/pengaruh-kualitas-produk-dan-harga.html?m=1

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta. ANDI.

Freddy Rangkuti. (2010). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2010). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. (Lina Salim) Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. (Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2013). Marketing Management: Fourteenth Edition, New Jersey: Prentic-Hall Inc.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2013). Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. (Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.

Lee Monloe & Johnson Carla. (2010). Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Prespektif Global, Kencan Media Group, Jakarta.

Made Novandri SN, 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan”. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.

Praba Sulistyawati, (2010). Analisis Pengaruh Citra merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang. Jurnal Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.

Ratih Huriyati. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Jakarta: Alfabeta CV.

Shandra Kusuma Dewi, Apriatni E.P & Sari Listyorini 2013 “Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia”. *Diponegoro Journal Of Social And Politic* Tahun 2013, Hal. 1-8 *http://ejournals1.undip.*ac.id/index.php/.

Shimp, Terence A. (2014)*. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi.* Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2013). Metologi Penelitian Bisnis, Alfaneta; Bandung.

Yayuk Anjarwati, 2013 “Pengaruh Citra Merek, Persepsian Kualitas dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Provider Seluler (Studi Kasus terhadap Pengguna Provider Seluler XL di Kabupaten Sleman). Diakses di www.e-journal.com/2013/11/pengaruh-citra-merek-persepsian.html?m=1

 **Situs Internet:**

[http://blogger-viens.blogspot.co.id/2013/01/kualitas-produk.html#](http://blogger-viens.blogspot.co.id/2013/01/kualitas-produk.html)

<http://mulyajho.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-produk-definisi-kualitas.html>

<http://skripsisipil.wordpress.com/2013/05/07/metode-penelitian.com>

<http://www.ilmumanajemenpemasaran.wodpress.com/2009/10/31/fktr-pngarh-pmblian/>

https://scholar.google.co.id/scholar?q=american+society+for+quality+control+definition+of+quality&hl=id&as\_sdt=0&as\_vis=1&oi=shcolart&sa=X&ved=0ahUKEwjGr4ew7MnOAhVIpY8KHab9D0wQgQMIGDAA

<http://www.topbrand-award.com>