

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Alhaddad. 2015. *Perceived Quality, Brand Image, and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty. Journal of Research in Business and Management, Vol.3 No.4.,Page 01-08*
- Amanullah, Edwin. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Loyalitas merek terhadap Keputusan Pembelian Wingko Babat: Jurnal. Universitas Diponegoro
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, CV. Alfabeta, Bandung.
- Anggraini, Desi. 2011. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam memilih minuman pengganti ion tubuh/isotonic merek Mizone. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Chandra Hakim, Srikandi Kumadji dan Edy Yulianto. 2014. Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Sepeda Motor Honda Vario pada PT. Sumber Purnama Sakti di Kabupaten Gresik). Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 15 No. 2.
- Endang Tjahjaningsih dan Maurine Yuliani. 2009. Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Merek HP Nokia. Jurnal TEMA Vol.6 No.2
- Ferrinadewi, Erna. 2010. Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gordius Ago, Suharno, Sri Mintarti dan Sugeng Hariyadi. 2015. *Effect of Product Quality Perception, Trust and Brand Image on Generic Drug Buying Decision Consumer Satisfaction of Hospital Patients in East Kalimantan. European Journal of Business and Management Vol. 7 No. 14*
- Herry, Achmad Buchary & Djaslim Saladin (2010), Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, CV. Linda Karya, Bandung.
- Hidayati, Tri Asih. 2012. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada Mahasiswa Penghuni Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Merek Indomie). Malang. Universitas Negeri Malang.

- I Made Satya Mardhiastin. 2013. Pengaruh *Brand Image, Celebrity Endorses*, Kualitas produk dan Kewajaran Harga terhadap Niat Beli Sepeda Motor Matic merek Honda di Kota Denpasar.
- Juanim, 2004, Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran, Bandung: Universitas Pasundan
- Kotler.P.2009. Manajemen Pemasaran Indonesia. Edisi ketiga belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Ketiga belas. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Keller. K.L 2011. Manajemen Pemasaran. Edisi Kelima belas. Jilid 1. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. Marketing Manajemen Edisi Keempat belas, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Kotler Philip, dan Gery Amstrong. 2012. *Principles Of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, *Pearson Education*.
- Kotler, Philip and Lane Keller, 2010, Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa Bob Sabran, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta : Erlangga.
- Lin, Chiens Hsiung. (2013). *The Effect of Brand Image on Purchase Intention in Automotive Industry*
- Marulitua C. Slahaan, Sifrid S. Pangemanan, Merinda Pabowo. 2014. *Price, Brand equity, and product quality on Purchase Intention of Honda Scooter Motorcycle* in Manado, Jurnal EMBA. Vol.2 No.1 . Hal 441-449
- Motorcycle in Manado, Jurnal EMBA. Vol.2 No.1 . Hal 441-449. University of Sam Ratulangi Manado.
- Mohd Rizaimy Shaharudin. 2011. *The relationship between product quality and purchase intention:The case of Malaysia'snational motorcycle/scooter manufacturer. African journal of business management*. Vol.5(20) . pp. 8163-8176
- Novi Permata Sari Dewi. 2014. Pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli motor Suzuki.
- Noor, Juliansyah, 2012. Metodologi Penelitian. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

Sari Listyorini, 2015. Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Beli Produk Fashion yang Dipasarkan Melalui Media Sosial Facebook, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.14 No.1.,Hal 15-27

Simamora, Bilson. 2010. Riset Pemasaran, PT. Gramedia Pustaka. Jakarta

Setiadi, N.J (2010) Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenanda Media

Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis, Cetakan ke 16, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2013, Metode Penelitian Bisnis “Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Alfabeta. Bandung.

Vivi Alvionita Moly. 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia. eJournal Psikologi Vol.2 No.2

Sumber lain :

<http://www.questjournals.org>

<http://www.wikipedia.com>

<http://zoya.co.id>