

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2013. *Manajemen Ekuitas Merek*. (Alih bahasa oleh Aris Ananda). Jakarta : Mitra Utama
- Agus Hermawan. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Armstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc
- Asri Fajar Sari dan Aziz Fathoni. 2015. Leonardo Budi Hasiholan. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Merek LG di PT Global Elektronik Banyumanik Semarang. *Journal of Management ISSN : 2502-7689 Vol. 1 No. 1*. (jurnal.unpand.ac.id)
- Basu Swastha dan Irawan. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Bayu Ridho Pratama, Nurul Qomari, dan Indah Noviandari. 2016. Pengaruh Promosi, Merek, Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Kickers di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, Issue 3 (fe.ubhara.ac.id)
- Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Budi Purbayu Santosa dan Asari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta : Andi Offset
- Danni Tri Bagus Irawan. 2015. Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen vol. 4 No. 9* (ejournal.stiesia.ac.id)
- Dedy Kurniawan dan Erni Widajanti. 2015. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rokok Djarum Super dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No. 3 (354-366)* (eprints.undip.ac.id)
- Djaslim Saladin. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung : CV. Linda Karya
- Delgado-Ballester, E. 2003. *Development and Validation of a Brand Trust Scale*, *International Journal of Marketing Research*, Vol. 45, No. 1, pp, 35-54 (citeseerx.ist.psu.edu)
- Delgado-Ballester, E. 2004. *Applicability of a Brand Trust Scale Across Product Categories: A multigroup invariance analysis*. *European Journal of Marketing*, :573 (emeraldinsight.com)

- Doney, P.M., and Cannon J.P. 1997. *An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship, Journal of Marketing April*, pp.35-51 (jstor.org)
- Doni Hariadi. 2012. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Projector Microvision. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol. 1, No. 8 (ejournal.stiesia.ac.id)
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Andi : Yogyakarta
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi
- Fevri Setya Nugroho. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 FI. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol.4 No.4* (ejournal3.undip.ac.id)
- Gitsudarmo, Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFY Yogyakarta
- Grewal, Dhruv and Levy, Michael. 2014. *Marketng. Fourth Edition*. New York : The MCGrawHill,
- Imam Ghozali. 2013. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Junio Andreti, Nabila H. Zhafira, Sheila S. Akmal, dan Suresh Kumar. 2013. The Analysis of Product, Price, Place, Promotion, and Service Quality on Customer’s Buying Decision of Convenience Store : A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. *International Journal of Advances in Management and Economics* Vol. 2 Issue 6 (pages 72-78) (academia.edu)
- Kasmadi dan Sunariah. 2013. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Kotler, Philip. And Gary Armstrong. 2014. *Principle of Marketing*, 15<sup>th</sup> edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012 *Marketing Management: 14 Edition*. New Jersey : Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Edisi 13. United States of America : Pearson
- Kotler, keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, (dialih bahasakan oleh Benjamin Molan) Jakarta : PT Indeks

- Kuat Supriyono, Leonardo Budi Hasiolan, dan Moh Mukery Warso. 2014. Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City di Semarang. *Jurnal Skripsi Manajemen* (jurnal.unpand.ac.id)
- Lau, G dan Lee, S. 1999. "Consumers Trust In A Brand And Link To Brand Loyalty". *Journal of Marketing Focused Management* (cmaps.cmappers.net)
- Mila Yumi Pratiwi. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2Beat pada PT. Permadi Jaya Sakti Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, ISSN: 2461-0593 Vol. 6 No.7 (ejournal.stiesia.ac.id)
- Milly Lingkan Mokoagouw. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16, No. 01 (ejournal.unsrat.ac.id)
- Mudrajad Kuncoro. 2010. Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan. Yogyakarta : Erlangga
- Mullina Wahyu, Maria Magdalena, dan Moh. Mukery Warso. 2015. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Tupperware pada PT. Indrakinarya Mugisantosa Semarang. *Journal of Management ISSN : 2502-7689 Vol. 1 No. 1* (jurnal.unpand.ac.id)
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*, Edisi ke-5. Cetakan Kesebelas. Yogyakarta : STIM YKPN
- Nan-Hong Lin. 2007. The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies* (jimsjournal.org)
- Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen* (edisi revisi). Jakarta : Kencana Perdana Media Grup
- Nur Achidah, M Mukery Warso, Leonardo Budi Hasiolan. 2016. Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal). *Journal of Management Vol. 2 No. 2* (jurnal.unpand.ac.id)
- Reast, Jon D. 2005. Brand Trust and Brand Extention Acceptance: The Relationship, *Journal of Product & Brand Management*. Vol 14, No.1 (emeraldinsight.com)
- Sameen Akhter, Muhmmad Rizwan, Shifa Shujaat, and Zarmina Durrani. 2014. The Impact of Retail Shoes Sales Promotional Activities on Ladies Purchase Intentions. *Journal of Public Adminiistration and Governance*. Vol. 4, No. 2 ISSN 2161-7104 (academia.edu)

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta

Yun Wang. 2014. Consumer's Purchase Intentions of Shoes : Theory of Planned Behavior and Desired Attributes. *International Journal of Marketing Studies* Vol. 6 No. 4 ISSN : 1918-7203 (ccsnet.org)

[www.google scholar.com](http://www.google scholar.com)

[www.googlecendikia.co.id](http://www.googlecendikia.co.id)