# DAFTAR PUSTAKA

**Sumber Buku :**

Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press

Aaker dan Joachimstahler. 2000. *Marketing.* Edisi Ketiga. Erlangga, Jakarta.

Ferinda dewi, Erna. (2009). *Market dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha

Ilmu.

Keller. (2003). *How to manage brand equty.* Jakarta: gramedia pustaka.

Kotler, Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*, The Millennium Edition,

Prentice Hall International, Inc., New Jersey.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Line. 2007. Edisi Bahasa Indonesia, *Manajemen Pemasaran* ,Jilid 1, Ed 12,PT Indeks.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi

Kedua belas. PT Indeks.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1.

Edisi1. Erlangga

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1.

Edisi1. Erlangga

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta:

Erlangga

Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi

Kedelapan, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014.Manajemen Pemasaran, Edisi kedelapan belas, Buku 2, Terjemahan Benyamin Molan, Indeks, Jakarta

Kotler, Philip. 2004. Manajemen Pemasaran*2*, Edisi Millenium, PT. Ikrar Mandiri, Jakarta.

Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran : *Analisis Perencanaan,*

*Implementasi dan Pengendalian*, Erlangga, Jakarta.

Paul Peter J. P, Jerry C. Olson. 2013 . Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran 1, Edisi Sembilan, Salemba Empat

Pride dan Ferrel. 2005. *Marketing Principles*(Edisi Terjemahan). Erlangga, Jakarta.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen, Edisi ketujuh, Terjemahan Drs. Zoelkifli Kasip, Indeks, Jakarta

Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta: Prenada Media

Simamora. 2005. Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran, Bumi Aksara, Jakarta.

Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen.* Jakarta: PT.

Gramedia Pustaka Utama.

Stanton, William. 2001. Prinsip Pemasaran, Terjemahan Sundaru Dadu, Erlangga Jakarta

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. (2006). *Metodologi Penelitian (revisi IV)*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sutisna. 2001.*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT

Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta, Penerbit Andi.

**Dokumen lain :**

Alvian B. (2012). “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla cabang Polman.” *Skripsi.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.

Muhammad R. (2015) “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Sepatu Merek Nike Pada Mahasiswa FIK UNY.” *Skripsi,* Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta.

Nurmala P. (2015) “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas

Pelayanan, Lokasi, dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Gelael Bandar Lampung.” *Skripsi,* Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung.

**Sumber Lain :**

http://www.zakymedia.com/2015/12/pengertian-populasi-dan-sampel.html

http://www.sumberpengertian.co/pengertian-hipotesis-secara-umum-dan-menurut-para-ahli

https://www.google.co.id/amp/s/ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/10/

https://www.mi.com/id/about/index.html

https://thidiweb.com/bauran-pemasaran/