

## DAFTAR PUSTAKA

- (Tri Ratnasari, Sabran, & Suprpto, 2017) ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEKUATAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP BRAND IMAGE HANPHONE MEREK OPPO. JEMI Vol 17
- Bilson Simamora, 2003, “Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel”, Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dharmmesta dan Irawan, (2010). *Loyalitas Pelanggan. Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti.*
- Fandy Tjiptono, 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran. Kontemporer.* Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita Sugiyarti, (2015). *Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran , Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi Empiris Pada Industry Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang).* Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang. Vol. 4 no 2.
- Grace, D and O’Cass, A. 2002. Brand Associations: Looking Through the Eye of the Beholder. *Qualitive Market Research: An International Jurnal.* (5) 2: 96-111.
- Handoyo, S. 2004. *Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Lux. (Studi Pada Konsumen di Sekitar Wilayah UPN Veteran Yogyakarta).* Telaah Bisnis. Vol. 5, No. 2. Yogyakarta: UPN Veteran
- Haryono & Marniyati, 2017 , *PENGARUH MARKET ORIENTATION, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK*

TERHADAP KINERJA BISNIS DALAM MENCIPTAKAN  
KEUNGGULAN BERSAING, Jurnal bisnis manajemen Vol. 17

- Jatmiko, R.D. (2004). Manajemen Strategik, Penerbitan Universitas Muhammadiyah, Malang
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan Armstrong.(2008). Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid .Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, 1996, “ Manajemen Pemasaran : Maketing Management 9e” , Jakarta, PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Marzolina dan Marnis 2010.Pengaruh Dimensi Produk dan Promosi Terhadap Citra Merek Ruko Lucky Strike di Pekan Baru.
- Mulyadi. 1997. Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa. Edisi 8.STIE-YKPN.Yogyakarta.
- Nicky H.R Tampi 2015 ” Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran”. Jurnal EMBA Vo.3 No.4 Hal. 68-81
- Noerchoidah, 2013, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki”, *Jurnal WIG, Vol. 3, No. 1.*
- Nugroho J Setiadi, 2003, Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran, Prenada Media, Jakarta
- Nursya'bani P. & Herry S., 2003 ”Analisis Pengaruh Sumber-Sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Indonesia”. Jurnal Siasat Bisnis Hal : 105 – 130 Vol 2 No 8.
- Oentoro, Deliyanti. 2010. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.

- Purba, J.R., 2011, “Skripsi Pengaruh Keunggulan Bersaing Dalam Perumusan Strategi Pemasaran Terhadap Citra Merek Pada Rumah Makan Wong Solo Medan”, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Puspita, Yulianto, Edy, dan Sunarti, 2016, “Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Charles & Keith di Tunjungan Plaza Surabaya)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 34, No. 1, Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Setiadi, N. J., (2003) Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media
- Sugiyono, (2008).Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tatik Suryani, 2008. Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu