

DAFTAR PUSTAKA

- Anang Hartono dan Wahyono (2015). *Management Analysis Journal* 4(2). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening.
- Barney, J.B. 2010. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage, Fourth Edition*. Addison-Wesley, Massachusetts.
- Baruk, A. (2013). "Offerers' Relations with Customers. Marketing Holistic Approach and Marketing Practice, Lambert Academic Publishing, Saarbrücken.
- Belk, R.W. (1975), "Situational variables and consumer behavior", *Journal of Consumer Research*, Vol. 2, December, pp. 157-64.
- Czinkota, M.R. dan Ronkainen, I.A. 2013. *International Marketing*. South Western: Cengage Learning.
- Deliya, M.M. and Parmar, B.J. (2012), "Role of packaging on consumer buying behavior", *Global Journal of Management and Business Research*, Vol. 12 No. 10, pp. 48-68.
- Edi, Sarwo, 2013, "Skripsi Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen Dan Asosiasi Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris Pertimbangan Mahasiswa UNNES Dalam Pembelian Laptop Toshiba)", Universitas Negeri Semarang.
- Edvardsson, B., Johnson, M. D., & Strandvik, T. (2000). The effects of satisfaction and loyalty on profits and growth: Product versus services. *Total Quality Management*, 11(7), 917-927. <http://dx.doi.org/10.1080/09544120050135461>
- Ferrinadewi, Erna, 2008, *Merek dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghanimata dan Kamal, 2012, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang", *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 1. No. 2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Nembah, 2012, *Manajemen Pemasaran, Cetakan 2*, Bandung: Yrama Widya.
- Hasan, Ali. (2013), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta, CAPS.
- Ian Antonius dan Sugiono Sugiharto (2013) "analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di cincau station Surabaya"

- Ike, Monika Dwi Fatmawati. 2010. *Alasan-alasan Pembelian Produk Fashion Secara Online Studi Kasus pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Sanata Dharma*: Universitas Sanata Dharma, Skripsi FE
- Kamaladevi, B. (2010). Customer experience management in retailing, *Business Intelligence Journal*, 13(1), 37-54.
- Khan, N., Rahmani, S.H.R., Hoe, H.Y., dan Chen, T.B. (2015). Casual Relationships among Dimensions of Consumer-Based Brand Equity and Purchase Intention: Fashion Industry. *Canadian Center of Science and Education*, vol. 10, no. 1, pp. 172-181.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Indeks*
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001), "Prinsip-Prinsip Pemasaran": Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong, (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan, Jilid 1, PT Index. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler Philip dan Kevin Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jilid Pertama dan Kedua. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, 2012, *Marketing Management, 14th Edition*, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler P. dan Keller, K.L. 2016. *Marketing Management*. 15th Global Edition. US: Pearson.
- Kotler, P. & Gary, A. (2007). *Principles of marketing*. Prentice-Hall International, Inc: New Jersey.
- Kusmayasari, Kumadji, S. & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen green product (survei pada konsumen sariayu martha tilaar yang tergabung dalam followers official account twitter @Sariayu_Mt). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1), 1-10.
- Lupiyoadi Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Teori dan Praktik). Edisi Pertama. Depok: Salemba Empat.
- McKenna, R. (1991). *Relationship Marketing: Successful strategies for the age of the customer*. Reading: Addison-Wesley.

- Mital, Vikas, William T. Ross and Patrick M Baldasare, 1998, “*The Asymmetric Impact of Negative and Positive Attribute Level Performance on Overall Satisfaction and Repurchase Intentions*,” **Journal of Marketing**, vol.62,pp.33-47.
- Nurdiana. 2007, "Pengaruh Positioning Terhadap keunggulan Bersaing dan Keputusan Pembelian SGM PT. Sari Husada, Tbk" h.. 15-16. Diakses tanggal 18 April 2016 dari Scribd.
- Oliver, R.L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, McGraw-Hill, Boston, MA.
- Onigbinde Isaac Oladepo and Odunlami Samuel Abimbola (2015) “*The Influence of Brand Image and Promotional Mix On Consumer Buying Decision a Study of Beverage in Lagos State, Nigeria*”
- Priyanto, Rosa, dan Syarif, Rini, 2014, “Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, Vol. 2, No. 1, Bogor: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor.
- Rachmad Hidayat. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11 (1), 59-72.
- Rao, Purba. (1996). Measuring consumer perception through factor analysis. *The asian manager*. February-march, pp 28-23
- Ridwan, M. & Palupiningdyah (2014). Pengaruh Nilai Emosional, Sosial dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal*, 3(1), 1-6. <https://doi.org/10.15294/maj.v3i1.3310>.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence on the quality of food, service, and physical environment on customer satisfaction and behavioral intention in quick-casual restaurants: moderating role of perceived price. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 34(3), 310-329.
- Saidani, B. dan Arifin, S. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Volume 3 Nomor 1*, 2012.
- Sampurno, 2010, *Manajemen Stratejik : Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sembiring, J.I., Haryono., dan Kusumawati, A (2014). Pemharuh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 15 Nomor 1 Oktober 2014.

- Shankar, V.S., Smith, A.K. and Rangaswamy, A. (2003), "Customer satisfaction and loyalty in online and offline environments", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 20 No. 2, pp. 153-75.
- Singh, Meera. (2013). *Product Quality for Competitive Advantage In Marketing*.
- Sondoh, S.L., Omar, M.W., & Wahid, N.A. (2007). The Effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention in The Context of Color Cosmetic. *Asian Academy of Management Journal*, vol. 12, no. 1, pp. 83-107.
- Spreng, R.A., Dixon, A.L. and Olshavsky, R.W. (1993), "The impact of perceived value on consumer satisfaction", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 6, pp. 50-5.
- Supranto, J dan Limakrisna. (2007). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Swashta dan Handoko, T.H. (2000). *Manajemen Pemasaran : analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama Yogyakarta : BPFE.
- Szymanski, D.M. and Henard, D.H. (2001), "Customer satisfaction: a meta-analysis of the empirical evidence", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 29, Winter, pp. 16-35.
- Tambunan, Krystia dan Widiyanto, 2012, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus pada Konsumen di Bandeng Presto Semarang)", *Jurnal Manajemen*, Vol. 1. No. 2.
- Yuliana, Selly. (2014). *Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pd. Cap Ikan Tawes Cikoneng*. Skripsi. Universitas Siliwangi Tasikmalaya.
- Yuliyanti, Evi Dwi. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Downy di Desa Pulerejo Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang*
- Zeithaml, Valerie A. and Marry Jo Bitner. 2000. *Service Marketing: Integating Customer Focus Across The Firm*. Irwin Mc Graw Hill.