

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1995). *Building Strong Brands*. The Free Press. New York.
- Bharadwaj, et al. (1993), "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries : A Conceptual Model and Research Proposition", *Journal of Marketing*, Vol.57.
- Cooper, D.R. and Emory, C.W. (1995). *Business Research Methods*, 5th edition, Richard D. Irwin Inc.
- Dewi, S.T. (2006). "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran, Studipada Industri Batik. Pekalongan.
- Dirgantoro dan Crown. (2001). *Manajemen Strategik : Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta : Grasindo.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gatigon, H. and Xuereb. (1997). "strategic of marketing Firm and New Product Performance", *Journal of marketing research*, Vol 34, No 1, Special issue on innovation and new product, pp. 77-90.
- Ghozali. dan Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Cetakan Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D. dan Setyorini, R.. (2014). Analisis pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* perusahaan online Zalora.co.id.
- George, D.S. and Robin, W. (1998). Assessing Advantage : A Frame work For Diagnosing Competitive Superiority. *Journal Of Marketing*, Vol. 52 1998, 1-20
- Gunawan, H. (2012). "The Effect Of Brand Extention Toward Toothpaste Brand Image (A Case Study Of Pepsodent Constumer In Yogyakarta)" *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)* Volume 02, Edisi IV, Yogyakarta.
- Han, J.K. dan Srivastava, R.(1998). "Market Orientation and Organizational Performance : is Innovation" *Journal of Marketing*, Vol 624, 30 –45.

- Homburg, C. and Pflesser, C. (2000). A Multiple-layer Model of Market-oriented Organizational Culture : Measurement Issues and Performance Outcomes. *Journal of Marketing Research*, 37, 449–62.
- Irfanunnisa' dan Ratnawati, A. (2013). “Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing”. *Journal EKOBISNIS*. Vol. 14 No.2.
- Kadarningsih, A. (2013). “Keunggulan Bersaing ; Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dan Dampaknya Pada Kinerja Selling-In (Studi Pada Outlet Binaan PT. Indosat Semarang)” *Media Ekonomi & Teknologi Informasi* Vol.21 No. 1 Hal : 01 -18.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani, A.(2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Keller, K.L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Third Edition. Person Education, Inc. New Jersey.
- Kismono dan Gugup. (2001). *Pengantar Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler and Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta : Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler and Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Marnis. (2010). “ Pengaruh Dimensi produk dan promosi terhadap *brand image* dari rokok Lucky Strike”, Pekanbaru.
- Magdalena, P.A., Suharyono, dan Mukhammad. (2015). “ Pengaruh *Brand ambassador* Terhadap *International Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung)”. *Journal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.23 No.1.
- Meiliani, N. dan Augusty, T.F. (2015). “Evaluasi Strategi Promosi Dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pt. Astragraphia, Tbk Cabang Manado” *Jurnal Diponegoro Journal Of Management* Volume 5, Nomor 1, Halaman 1-11.
- Narver, J.C. dan Slater, S.F. (1990). “The Effect of Market Orientation on Business Profitability”. *Journal of Marketing*, 54 (4), 20-35.
- Nasution, M.N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia, Bogor.

- Nursya'bani, P. & Hery, 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.
- Nur, I.danSupomo, B. (2011). "Metodologi Penelitian BisnisUntuk Akuntansi Dan Manajemen", Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Octaviana T.P. dan Supandi S.A.(2016). "Evaluasi Strategi Promosi Dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pt. Astragraphia,Tbk Cabang Manado" *Jurnal Emba* 133 Vol.4 No.2 Juni 2016, Hal. 133-143.
- Porter and Michael, E. (2008). *Competitive Advantage (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggulan)*. Kharisma Publishing Grup.
- Rini, E.S.(2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan *Brand image* Honda Vario USU, Medan.
- Santoso dan Singgih.(2001). *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Shimp and Terence, A.(2000). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Edisi 5. Jilid 1. Alih Bahasa : Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*.Bandung : Alfabeta.
- Supomo, A. (2002). *Metedologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Edisi Pertama, Penerbit BPFE.
- Suryani dan Tatik. (2008). "Perilaku Konsumen ". Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Swastha, B.(2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar EkonomiPerusahaan Modern*, Jakarta : Liberty.
- Tampi, N.H.(2015). "Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran". *Jurnal EMBA* Vol.3 No.4 Hal. 68-81.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F., et al.(2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Penerbit Andi.Yogyakarta