

DAFTAR PUSTAKA

- Adwijaya, W.M.(2013). *The Influence Of Quality Assurance And Brand Image To Customer Loyalty Of Pt. Bjb Tasikmalaya Branch* . Jurnal nasional Universitas siliwangi Tasikmalaya.<http://journal.unsil.ac.id/jurnalunsil-566-.html> diakses, 1 Desember 2016
- Alenazi,S, Almotairi, M. and Al-Mesha,S.(2015). *The Perceived Quality of Store Brands: The Effect of Price Promotion and Quality Guarantees*. Jurnal InternasionalKingsaud.University.<http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/download/49241/27710>, diakses, 1 Desember 2016.
- Ariani, W.D.(2003).*Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Assauri, Sofjan.(2011). *Manajemen Pemasaran*.Edisi 1. Jakarta : Rajawali
- Daryanto.(2011). *Manajemen Pemasaran: sari kuliah*. Cet 1. Bandung : Satu nusa
- Ghozali, imam.(2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang:Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kertamukti, Rama. (2015).*Strategi Periklanan Dalam Periklanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip dan Keller, KL .(2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Edisi 12. Jilid1.Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Edisi 12. Jilid2.Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane.(2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jilid1. Jakarta : Erlangga.
- Laksana, Fajar.(2008). *Manajemen pemasaran;Pendekatan praktis*.Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lee Monle & Johnson Carla, (2007). *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana
- Legasari, E.V, Indarti, S dan Restuti,S.(2013). *Pengaruh daya tarik iklan, kreativitas iklan dan kredibilitas endorser terhadap efektivitas iklan dan sikap konsumen pada sabun pemutih wajah merek oil of olay di kota pekanbaru*. Jurnal Nasional Universitas Riau.

<http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/download/1740/1712>
Diakses, 1 Desember 2016.

Manorek, L.S.(2016). *The influence of brand image, advertising, perceived price toward consumer purchase intention (case study: samsung smartphone.* Journal Internasional Sam Ratulangi University. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/viewFile/11480/11084> diakses, 1 Desember 2016.

M.A,Sumanto.(2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian.* Cet.1. Yogyakarta:CAPS

Nurhayati, Eva, (2011). *Pengaruh kreativitas iklan dan kredibilitas endorser terhadap efektifitas iklan.*JurnalEkonomiUniversitasdiponegoro. (<http://eprints.undip.ac.id/47705/1/Jurnal.pdf>, Diakses, 18 November 2016).

Nursya'bani,Purnama.(2006).*Manajemen Kualitas Perspektif Global.* Yogyakarta:Ekonisia.

Rangkuti, Freddy.(2009). *Strategi promosi yang Kreatif dan Analisis kasus intergrated Marketing Communication.* Cet 1. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.

Saputra,A.D(2013). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha.* Jurnal Ekonomi Universitas muhamadiyah surakarta.<http://eprints.ums.ac.id/29181/>, diakses, 1 Desember 2016.

Suryani, Tatik. (2012). *Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Cet.20.Bandung:Alfabeta.

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

Sugiyono.(2014).*Statistika untuk Penelitian.*Bandung: Penerbit Alfabeta

Sunyoto, Danang(2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi (Alat statistik & Analisis Output Komputer).*Jakarta:CAPS.

Sunyoto, Danang.(2013).*Perilaku Konsumen (Panduan Riset sederhana untuk mengenali Konsumen.*Cet 1.Yogyakarta: CAPS.

Suyanto, M.(2007).*Marketing Strategy Top Brand Indonesia.* Yogyakarta:Andi

Wiratna,Suarweni.(2014).*MetodePenelitian.*Yogyakarta: Pustakabarupress