

Daftar Pustaka

- Anandia, Rizky & Budi Santoso. (2015). Analisa Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original. *Diponegoro Journal of Management*, Volume 4, Nomor 3, Hlm 1-11
- Chihab, Z. O., & Abderrezak, B. (2016). *Factors affecting Consumer Purchase Intention of Luxury Perfumes in Algeria: A case study of Consumers in the Twin Cities of Tlemcen and Sidi Bel Abbas*. *Journal of Research in Marketing*, 6(3), 461-467.
- Djatnika, T. (2007). Mempertinggi Efektifitas Program Magang Industri Melalui Pendekatan Kemitraan Dalam Rangka Membangun Kepercayaan dan Keyakinan Dunia Usaha Industri .
- Joseph F. Hair, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson
- Hair, J. (2006). *Multivariate Data Analysis* (5 ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hanzaee, k. H., & Khosrozadeh, S. (2012). *The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Information Search and Purchase Intention*. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 625-636.
- Harjati, dan Yurike Venesia. (2015). Pengaruh Kulaitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal Widya Ekonomika*. Vol. 1, No. 1. Hlm. 64-74.
- Hunjra, A. I., & Sehrish, K. (n.d.). *Relationship between Country of Origin Image, Product Knowledge, Product Involvement, and Purchase Intention*. 3(1), 17-46.
- Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). *The Effect of Electronic World of Mouth on Brand Image and Purchase Intention : An Empirical Study in The Automobile in Iran*. *Marketing intelligence and Planning*, 30(4).
- Maholtra. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation* (6 ed.). USA: Pearson Education Inc.
- Maholtra, N. (2009). Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. PT. Indeks.

- Manorek, S. L. (2016). *The Influence of Brand Image, advertising, Perceied Price toward Customer Purchase iNtention (Case Study : Samsung Smartphone)*. 16(1), 661-670.
- Mirabi, D. (2015). *A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study : the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran*. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science of Technology*, 2(1), 267-273.
- Nst, M. F., & Yasin, H. (n.d.). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencrim Medan . *Jurnal Manajemen & Bisnis* , 14(2).
- Pandey, S., & Srivasta, d. (2016). *Antecedents of Customer Purchase Intention*. *Journal of Business and Management*, 18(10), 55-82.
- Phan, T., & Mai, P. (2016). *Determinants Impacting Consumer's Purchase Intention : teh Case of FAsT Food Vietnam*. *International Journal of Marketing Studies*, 8(5), 56-58.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). Global Edition.
- Pradipta, H. O., & Mashariono. (2015). Pengaruh Citra Merek, Periklanan Terhadap Konsumen Thermomter Onemed di Surabaya. *Jurnal Imu Riset Manaemen*, 4(7).
- Prayitno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gave Media.
- Priyanga, P., & Krisnaveni, D. (2015). *Perception of Women Consumer Towards Branded Cosmetics in Nagapattinam Distric*. *International Journal of Science and Research* , 652-654.
- Ratri, L. E. (2007). Hubungan Antara Citra Merek Operator Seluler Dengan Loyalitas Merek Pada Mahasiswa Pengguna telepon seluler Di Fakultas ekonomi Reguler Universitas Diponogero Semarang, Fakultas Psikologi, Undip, Semarang .
- Nabila Rifqiah. (2014). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek , Terhadap Niat Pembelian Motor Suzuki Matic Di Surabaya. Hlm 1-15.
- Sanusi. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2015). *Structural Equation Modelling (SEM) Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Setianingsih, E. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Baju Eceran di Solo Square. 1-8.
- Sigit, Ira Intan Adinda. Analisis Pengaruh Suasana Toko, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli dengan Citra Merek sebagai Variabel Mediasi Studi pada Pelanggan Kedai Conel Surakarta. perpustakaan.uns.ac.id
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyastri, I. N., & Yoestini. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). *Diponogero Journal of Management*, 1(1).
- Uchenna, e. (2012). Purchase Cosmetics Products : A Preliminary Perspective of Gen-Y. *Contemporay Management Reseacrh*, 8(1), 51-60.
- Untarini, I. D. (n.d.). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening, Jurusan Manajemen, fakultas ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Wang, Y.-H., & Lian-Cheng. (2016). *An Empirical Study of The Effect of Perceived Price on Purchase Intention Evidence from Low-Cost Carriers. International Journal of Business and Social Science*, 7(4).
- Yudrik, J. (2011). *Psikologi Pengembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.