

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, O. (2013). Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in The Kumasi Metropolis in Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*. Vol. 5. No.1. 179 – 186
- Ansari. D. H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. Vol. 7, No. 3, 227 - 241
- Azany F.(2014.) “Analisis Pengaruh Desain Produk,Motivasi Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio(Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bellagio Java Supermall Semarang) ”, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ekawati, D. R. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Olive Fried Chicken Tembalang Semarang. Universitas Diponegoro. *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Ferdinand. A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fristin, dan Indra. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 3. No.1 . 135 - 144.
- Gujarati, D.N. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C., Salemba Empat, buku 2, Edisi 5, Jakarta*.
- Ghozali, Im. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. and Keller K.L (2016). *Marketing Management* , 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. (14<sup>th</sup> Edition). Pearson, New Jersey
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* , 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Novel B. (2015). Analisis Variabel–Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Luwak Di Kota Semarang. *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Oladepo, O. I. and Abimbola O. S. (2015). The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision –A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*. ISSN 2053-4043. Vol. 3. No. 4, 56 - 79
- Prasetyo, E. T. (2017). An Influence Analysis of Product Quality, Brand Image, And Price on The Decision To Buy Thoshiba Laptop. *Ecconomic & Business Slolution Journal*, Volume1. Number 2. 11 - 18
- Priyatno D. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Mediakom.
- Xian, Gou Li. et., al. (2011). Corporate-, Product-, and User-Image Dimension and Purchase Intentions. *Journal of Computers* . vol.6:1875 -1879
- Rachman, B.J dan Santoso, S.B. (2015). Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kamantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 4, Nomor 1, 2337 – 3792.
- Sumiati. (2014). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kulaitas, Sikap Konumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya. *JMM17 Jurnal Ekonomi & Manejemen*. Vol. 1. No.2. 110 -123
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran . Edisi 4<sup>th</sup>, Jakarta : Andi.
- Widiarta. (2013). Pengaruh Gender, Umur dan Kompleksitas Tugas Auditor Pada Kualitas Audit Kantor Akuntan Publik Bali . *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.3, No.1, 109 - 118