

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Hendro dan Fachrodji, Acmad. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal Mix Universitas Airlangga Surabaya Vol. 5 No. 1*, 124 – 143.
- Bps.go.id (2016, 21 November). Statistik Transportasi Darat 2015. 15 Agustus 2017. https://bps.go.id/website/pdf_publicasi/Statistik-Transportasi-Darat-2015.pdf
- Ermawati, Putri. Sudiro, Achmad. dan khusniyah, Nur. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Ekuitas Merek pada Pelanggan Hypermarket di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 14, No. 2*, 373 – 386.
- Fadhila, Nida dan Soesanto, Harry . (2016). Studi Tentang *Social Media*, Marketing dan *Brand Awareness*, dan *WOM* terhadap minat beli MOMMILK. *Diponegoro Journal Of Management, Vol. 5, No. 2*, 1-9.
- Hair Jr, Joseph F. Black, William C. Babin, Barry J. E. and Anderson, Rolph. (1998). *Multivariate Data Analysis*. United States of America: Prentice-Hall International.
- Khasanah, Imroatul. (2015). Analisis Pengaruh Preferensi Merek, Persepsi Kualitas, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Matik Di Semarang. *Jurnal Studi Management dan Organisasi, Vol. 12, No. 2*, 115 – 126.
- Kusuma, B.H dan Suharmono. (2015). Analisis Pengaruh Promosi, Word Of Mouth, Dan Brand Awareness Terhadap Pembentukan Minat Beli Pada Coffee Groove Semarang. *Diponegoro Journal Of Management, Vol. 4, No. 1*, 1 - 10.
- Kusumastuti, Retno Dyah dan Priliantini, Anjang (2016, November 9). Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Product Placement Kosmetik ‘Wardah’ dalam Film 99 Cahaya di Langit Eropa). Diakses pada (2017, Oktober 31) dari website <http://publikasi.fisip.unila.ac.id/index.php./sefila2016/article/view/341>.
- Meiliani, Nita dan Tae Ferdinand, Augusty. (2015). Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Diponegoro Journal Of Management, Vol. 5, No. 1*, 1 - 11.

- Pradana, T. A. F dan Yuliana, Eka. (2015). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Reservasi Hotel Secara Online Pada Situs Www.Goindonesia.Com. *Journal of Management, Vol. 2, No. 3*, 2611-2619.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Edisi Pertama*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Renata, M. (2014). Menggunakan "Meme" dalam Word of Mouth (WOM) untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Menurut Pramono (2012:52), brand awareness memiliki empat tahapan.*, 183-192.
- Rizky, Muhammad Fakhru dan Yasin, Hanifa. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 14, No. 2*, 135 – 143.
- Santoso, J.F dan Kunto Y.S. (2014). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Attitude Toward Brand Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 2, No. 1*, 1 – 7
- Sari, Dian Indah. (2015). Pengaruh Brand Loyalty Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Pelanggan KFC Bekasi. *Jurnal Widya Cipta, Vol. 7, No. 2*, 155 – 162.
- Sari, Niken Permata dan PA, Retno Widowati (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 5, No. 2*, 60 – 74.
- Sasmika, Jumiati and Suki, Norazah Mohd. (2015). Young Consumers' Insights On Brand Equity (Effects Of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, And Brand Image). *International Journal of Retail dan Distribution Management, Vol. 43, No. 3*, 276 - 292
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.