

Daftar Pustaka

- Dimas Prasetya. 2015. “Pengaruh Persepsi Harga, Fitur Produk, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Android”. *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ferdinan, Comaeni Enril dan Nugraheni, Rini “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki ” *Jurnal manajemen UNDIP Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013*.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam., 2011, *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ikhsan Bismo Hidayat Lubis. 2016. “Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans” (Studi Kasus pada Followers Twitter @VheadID). *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Haubl, G., A. 1996. “Cross – National Investigation of the Effects of Country of Origin and Brand Name on the Evaluation of New Car”. *International Marketing Review*. Vol. 13 No. 5.
- Hutami Permata Sari. 2016. “Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Iryanita, Rizky & Sugiarto, Y. 2013. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk ATBM Pekalongan)”. *Jurnal Manajemen UNDIP*
- Jamaludin Achmad dkk, 2015, “Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 21 No. 1 April 2015.
- Jogiyanto, H.M., 2005, *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*, ANDI, Yogyakarta
- Nugroho J. Setiadi, SE., MM. 2008. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Impilikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gray Amstronng. 2012. *Principles Of Marketing*. Global Edition. 14 Edition, Person Education
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarata: Salemba Empat.
- Rahmawati, Alni Dkk. 2014. Statistika. Edisi ke 2. Fakultas Ekonomi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sari, P.N & WiDowati, R. 2014. Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 5. No. 1. (2014)
- Simamora, Bilson. (2007). Panduan Riset dan Perilaku Konsumen. Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, Leon G dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 7. Cetakan keempat. Indeks
- Sekaran, Uma (2013). *Research methods for business*. Salemba Empat. Jakarta
- Setiadi, Nugroho J, 2003, *Perilaku Konsumen*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Swastha, B, dan T. Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Tambunan, Krystia & Widiyanto, Ibnu. 2012. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Pada Konsumen Di Bandeng Presto Semarang)”. *Jurnal Manajemen UNDIP*.
- Verina Onggusti dan Jovita Alfonso,2015.”Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Hotel Butik Bintang 3 Di Surabaya.”*Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*”.Vol 3. No2.
- Zeithmal, Valarie A, 1988 “Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Eviden”. *Journal Of Marketing*. Vol 52, July, Pp2-22.
- <http://www.busanamuslimterbaru.info/2013/12/tas-Dowa-sejarah-dan-perjalanan-bisnis.html>).

<https://tasrajutDowajogja.wordpress.com>