

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad *et al.* 2014 Impact of Word Of Mouth on Consumer Buying Decision in Pakistan 2014”*European Journal of Business and Management*. Journal.pp: 1-11
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan PemasaranJasa*. Bandung:CV Alfabeta.
- Annafik, Faikar. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Prouk, Harga dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha* (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Journal of Management*. pp: 1-12.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian :Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta :Rineka Cipta
- Bouhlelet *al.*, 2011.Brand Personality’s Influence on the Purchase Intention: A Mobile Marketing Case.*International Journal of Business andManagement*.Vol. 6, No. 9. pp:1-17.
- Budiningtyas, *et al.* 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Minimarket*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 11(2). pp: 1-20.
- Ghozali.(2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Justin Benekeet *al* 2013 The Influence of Perceived Product Quality, Relative Price, and Risk on Consumer Value and Willingness to Buy in South Africa 2013 *Journal of Product and Brand Management*. pp: 1-11
- Kotler & Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Kristiurman. 2015. *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Domain* . *ID Jurnal Pemasaran*. pp: 1-16
- Lew &Sulaiman. 2014. Consumer Purchase Intention toward Products Made in Malaysia vs. Made in China: A Conceptual Paper. *Elsevier Ltd*.pp: 1-9.
- Lotulung et al, 2012, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercrosspada CV: Tristarjaya Globalindo Manado Tahun 2012*. jurnal.pp: 1-10.
- Lyonit & Budiastuti. 2012. *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen pada PT. Telkom Jakarta Selatan (Produk Speedy)*. Disertasi Doktor Bina Nusantara, Jakarta. pp: 1-12

- Nurul Huda. (2012). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha*. Makasar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.
- Oladepo, Abimbola. 2015. The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision- A Study of Beverage consumer in Lagos State Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*.pp: 1-13.
- Priyanda, Putra 2012. *Pengaruh Brand Personality Apple Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung Tahun 2012*. Jurnal. pp: 1-12.
- Ruswanti, Endang 2015. *Panduan Penulisan Laporan Ilmiah "Atensi Kredibilitas Perusahaan Iklan Dua Sisi"*. Yogyakarta: CV Andi Offset. ISBN: 978-979-29-5420-3
- Shiren & Ruswanti. 2013. *Pengaruh Efektifitas Media Iklan Kartu Seluler XL pada PT XL Axiata di Jakarta Barat* Jurnal Ekonomi, Vol 4 No 2. ISSN 2087-8133. pp: 1-9
- Sulistyariet al. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Oriflame*. Universitas Diponegoro. pp: 1-17
- Sari 2013. *Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian HONDA BEAT*, Vol. 1 Nomor 1. Jurnal Ilmu Manajemen. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. pp: 1-12
- Sary, Fanny. 2016 *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surabaya Tahun 2016*. Jurnal. pp: 1-12
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tamuwu, Temewu. 2014. *Analyzing The Influence of Price and Product Quality on Buying Decision Honda Matic Motor*. Jurnal Pemasaran. pp: 1-9.
- Top Brand 2015. Alat Ukur Darah. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2016. Retrived from http://top_brand_index_for_teens_index_2015/
- Top Brand 2016. Alat Ukur Darah. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2016. Retrived from http://top_brand_index_for_teens_index_2016/
- Yee et al. 2011. Consumer's Perceived Quality, Perceived Value, and Perceived Risk Towards Purchase Decision on Automonile. *American Journal of Economics and Business Administration* 3 (1). pp:1-10.
- Taylor & Thompson 2012. Self-Enhancement as a Motivation for Sharing Online Advertising. *Journal of Interactive Advertising*. pp:1-17