

## Daftar Pustaka

- Aaker, D. A. (2002). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Penerbit Utama.
- Afrianti. (2017). Uji Cemarkan Air Minum Masyarakat Sekitar Margahayu Raya Bandung dengan Identifikasi Bakteri *Excherichia coli*. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Science and Technology*.
- Andreas, K. (2014). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perluasan Merek Terhadap Intense Pembelian Konsumen. *Skripsi Manajemen: Universitas Kristen Maranatha . Bandung*.
- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis* (P. R. Cipta, ed.). Jakarta.
- Apriliana, R. (2010). Pengaruh Strategi Brand Extension Terhadap Intensi Membeli Konsumen (Studi Kasus Pemakaian Brand Extension untuk shampo. *Skripsi Manajemen: Universitas Islam Negri*.
- Arikunto Suharsimi. (2013). *Produser Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Barata, D. D. (2007). Pengaruh Penggunaan Strategi Brand Extension Pada Intensi Membeli Konsumen. *Jurnal Manajemen, Vol 2 No 1*.
- Benny Gunawan. (2002). *Diktat Metodologi Penelitian, Program Pascasarjana Universitas Satyagama Jakarta*.
- Chinomona, R. (2013). Student, The Impact of Product Quality On Perceived value Trust and Student Intention to Purchase Electronic Gadget. *Journal of Social Sciences, 4, 14*.
- Durianto, Darmadi, dkk. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: PT Gramedia.
- Ferdinand. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Jakarta: Erlangga.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen. Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Genady. (2018). *Pengaruh Kemudahan , Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta)*.
- Ghozali, I. (2007). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.”* Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Hasan, A. (2014). *Marketing Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CPAS (Center for Academic

Publishing Service.

- Kartajaya, H. (2010). *Brand Operation, The Official MIM (Markplus Institute of Marketing) Academy Coursebook* (Esensi Erlangga, Ed.). Jakarta.
- Keller, K L. (2013). *Strategic brand management; Building, Measuring and Managing brand equity* (Fourth Edi; P. E. Limited, Ed.).
- Keller, Kevin L. (2008). *Strategic Brand Management : Building and Managing Brand Equity* (edisi keti). Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran jilid 2* (edisi 11). Jakarta: Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Pinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12,; Erlangga, Ed.). Jakarta.
- Kristyatmoko, Yulius Wasis dan Andjarwati, A. L. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli Tablet Samsung Galaxy Tab. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Lubis, A. N., & Sitompul, S. L. (2013). Pengaruh Brand Extension pembersih wajah Pond's White Beauty ke pelembab wajah Pond's Flawless White terhadap keputusan membeli konsumen di Fakultas Ekonomi USU. *Jurnal Universitas Sumatera, Vol 1 No 3*.
- Malik, M. E., GHAFOOR, M. M., Iqbal, H. K., & Ahmad, B. (2013). No Title. *Impact of Brand Image and Avertisement on Consumer Buying Behaviour. World Applied Science Journal, 23, 117–122*.
- Nanda, M. T. (2014). Pengaruh Brand Knowledge, Persepsi Kualitas dan Innovativeness Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pengguna Smarthphone Android Lenovo di Wilayah Jakarta Selatan). *Skripsi Manajemen: Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Nugroho J. Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Nurhayanti, N. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Samsung Galaxy Series. *Skripsi , Penerbitnya Universitas Esa Unggul. Jakarta*.
- Nurmala. (2008). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Sabun Mandi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh. *Skripsi Universitas Malikussaleh*.
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (TRI) A Multiple Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research, Vol.2 (4), 307–320*.
- Phang, L. (2004). *Consumer Evaluation on Brand Extension*. Universiteit Maastricht.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands* (Gramedia Pustaka Utama, Ed.). Jakarta.
- Schiffman, G. L., & Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Consumer Behaviour* (edisi kede; H. Prentice, Inc, & J. New, Eds.).

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketu; Alih Bahasa; Zoelkifli Kasip, Ed.). Jakarta: Jakarta: Indeks.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif* (Open Libra).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3; Andi, Ed.). Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2005). *Toal Quality Management* (Andi, Ed.). Yogyakarta.
- Wardani, E. K. (2015). Pengaruh Atribut Produk, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Blackberry ke Smartphone Galaxy Purworejo. *Jurnal Manajemen*.
- Wibisaputra, A. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg di PT. Candi Agung Pratama Semarang. *Jurnal Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Wisnu Setiaji, B. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Desain dan Limited Edition Produk t-shirt Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen T-Shirts Dreambirds di Media Sosial Facebook). *Skripsi Universitas Sanata Dharma*.
- Yanthi, K. P. (2015). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor. *Skripsi: Universitas Udayana*.
- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Penerbit Utama.
- Afrianti. (2017). Uji Cemarkan Air Minum Masyarakat Sekitar Margahayu Raya Bandung dengan Identifikasi Bakteri Excherichia coli. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Science and Technology*.
- Andreas, K. (2014). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perluasan Merek Terhadap Intense Pembelian Konsumen. *Skripsi Manajemen: Universitas Kristen Maranatha . Bandung*.
- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis* (P. R. Cipta, ed.). Jakarta.
- Apriliana, R. (2010). Pengaruh Strategi Brand Extension Terhadap Intensi Membeli Konsumen (Studi Kasus Pemakaian Brand Extension untuk shampoo. *Skripsi Manajemen: Universitas*

*Islam Negri.*

Arikunto Suharsimi. (2013). *Produser Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revi). Jakarta: PT Rineka Cipta.

Barata, D. D. (2007). Pengaruh Penggunaan Strategi Brand Extension Pada Intensi Membeli Konsumen. *Jurnal Manajemen, Vol 2 No 1.*

Benny Gunawan. (2002). *Diktat Metodologi Penelitian, Program Pascasarjana Universitas Satyagama Jakarta.*

Chinomona, R. (2013). Student, The Impact of Product Quality On Perceived value Trust and Student Intention to Purchase Electronic Gadget. *Journal of Social Sciences, 4, 14.*

Durianto, Darmadi, dkk. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar.* Jakarta: PT Gramedia.

Ferdinand. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Jakarta: Erlangga.

Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen. Implikasi pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Genady. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta).*

Ghozali, I. (2007). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2009). *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.”* Semarang: UNDIP.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.*

Hasan, A. (2014). *Marketing Kasus-Kasus Pilihan.* Yogyakarta: CPAS (Center for Academic Publishing Service).

Kartajaya, H. (2010). *Brand Operation, The Official MIM (Markplus Institute of Marketing) Academy Coursebook* (Esensi Erlangga, Ed.). Jakarta.

Keller, K L. (2013). *Strategic brand management; Building, Measuring and Managing brand equity* (Fourth Edi; P. E. Limited, Ed.).

Keller, Kevin L. (2008). *Strategic Brand Management : Building and Managing Brand Equity* (edisi keti). Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran jilid 2* (edisi 11). Jakarta: Jakarta: PT Indeks.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Pinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12,; Erlangga, Ed.). Jakarta.

- Kristyatmoko, Yulius Wasis dan Andjarwati, A. L. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli Tablet Samsung Galaxy Tab. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Lubis, A. N., & Sitompul, S. L. (2013). Pengaruh Brand Extension pembersih wajah Pond's White Beauty ke pelembab wajah Pond's Flawless White terhadap keputusan membeli konsumen di Fakultas Ekonomi USU. *Jurnal Universitas Sumatera, Vol 1 No 3*.
- Malik, M. E., GHAFOR, M. M., Iqbal, H. K., & Ahmad, B. (2013). No Title. *Impact of Brand Image and Avertisement on Consumer Buying Behaviour. World Applied Science Journal, 23*, 117–122.
- Nanda, M. T. (2014). Pengaruh Brand Knowledge, Persepsi Kualitas dan Innovativeness Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pengguna Smarthphone Android Lenovo di Wilayah Jakarta Selatan). *Skripsi Manajemen: Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Nugroho J. Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Nurhayanti, N. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Samsung Galaxy Series. *Skripsi, Penerbitnya Universitas Esa Unggul. Jakarta*.
- Nurmala. (2008). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Sabun Mandi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh. *Skripsi Universitas Malikussaleh*.
- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (TRI) A Multiple Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research, Vol.2 (4)*, 307–320.
- Phang, L. (2004). *Consumer Evaluation on Brand Extension*. Universiteit Maastricht.
- Rangkuti, F. (2008). *The Power Of Brands* (Gramedia Pustaka Utama, Ed.). Jakarta.
- Schiffman, G. L., & Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Consumer Behaviour* (edisi kede; H. Prentice, Inc, & J. New, Eds.).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketu; Alih Bahasa; Zoelkifli Kasip, Ed.). Jakarta: Jakarta: Indeks.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kuallitatif* (Open Libra).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3; Andi, Ed.). Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2005). *Tool Quality Management* (Andi, Ed.). Yogyakarta.
- Wardani, E. K. (2015). Pengaruh Atribut Produk, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Blackberry ke Smartphone Galaxy Purworejo. *Jurnal Manajemen*.
- Wibisaputra, A. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg di PT. Candi Agung Pratama Semarang. *Jurnal Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Wisnu Setiaji, B. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Desain dan Limited Edition Produk t-shirt Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen T-Shirts Dreambirds di Media Sosial Facebook). *Skripsi Universitas Sanata Dharma*.
- Yanthi, K. P. (2015). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor. *Skripsi: Universitas Udayana*.