

## DAFTAR PUSTAKA

- A,Shimp,Terence(2003).Periklanan Promosi&Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I ( edisi 5),Jakarta:Erlangga.
- A.S. Munandar. 2001. Psikologi Industri dan Organisasi. Depok.Penerbit Universitas Indonesia (UIPress).
- Achmadi Abu, Narbuko Cholid. 2010.Metodologi Penelitian. Jakarta: BumiAksara
- Afeefa, C.M., Kumar, M.S., Rasheed, A., Rajesh, V., Babu, G., dan Anjukandan, A., 2014, A Comprehensive Review on *in vitro* and *in vivo* Models used for Hepatoprotective Activity, *J. Pharm. Sci & Res.* **8** (4), 184-189.
- Agung, Iskandar . 2012. Panduan Penelitian Tindakan Kelas bagi Guru. Jakarta: Bestari Buana Murni.
- Ahmad Tanzeh. 2009. Pengantar Metode penelitian.Yogyakarta: Teras.
- Andi M. Sadat.2009. Brand Belief: strategi membangun merek berbasis keyakinan .Salemba Empat:Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnawi & Masyhuri.2011. Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. Malang: UIN Maliki Press
- Assauri, Sofjan. 2004. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.Adingsih,
- Aulia Sani; Harmani Kalim. 2008. Diagnosis dan tatalaksana hipertensi, sindrom koroner akut, dan gagal jantung. Jakarta : Medya crea. h 1-29.
- Basu Swastha,2001. Manajemen Pemasaran Modern;Yogyakarta: BPFE.
- Berry dan Parasuraman. 1997. *Listening to the Customer – The Concept of Building a service Quality Information System.* Sloan Manajemen Review
- Bilson, Simamora. 2008. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Cetakan Ketiga. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Campbell, J.P 1989, Teori Efektivitas , dalam Richard M:Efektivitas Organisasi 2005 Bandung: Erlangga
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Kismono, Gugup. 2001. Pengantar Bisnis. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi duabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad.2009. Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad.2009. Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- McDougall, Gordon H.G. dan Terrace J. Levesque, 2000. Customer Satisfaction With Services: Putting Perceived Value Into The Equation, Journal of Service Marketing,
- Morrison, GS. 2012. Dasar-dasar Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD). Jakarta : Indeks
- Nachrowi D Nachrowi. 2006, Ekonometrika, untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan, Cetakan Pertama, Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.
- Neneng Syamsiah. 2009. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai yang Didasarkan Pelanggan untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan di RSUP Dokter Kariadi Semarang. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Pane, I., 1993. Pemuliabiakan Ternak Sapi. GramediaPustaka Utama. Jakarta
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. Consumer Behavior Tenth Edition. Pearson Education.
- Sekaran, Uma., dan Roger Bougie 2013. Research Methods For Business Edisi 4. Buku 2, Jakarta: Wiley
- Setiadi, Nugroho J. 2010. Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.
- Soltani, Morteza et all. 2016. The effect of service quality on private brand image and purchase intention in the chain stores of ETKA. Journal World Scientific News 47 (2).
- Sri Isworo & Sumarni. 2005. “Hubungan Economic Value Added (EVA) Dan Market Value Added (MVA) Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta”. Jurnal. FE UPN ‘Veteran’ Yogyakarta, 6 (1) 1-16.
- Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remajas Resdakarya.
- Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sutrisno Hadi. 1994. Statistik dalam Basic Jilid I. Yogyakarta. Andi Offset.

Sweeney, J. And Soutar, G. 2001. "Consumer perceived value: the development of a multiple item scale". *Journal of Retailing*, Vol. 77, pp. 203-205.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta. Shimp,

## **JURNAL :**

- Bintoro dkk. 2016. Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan Merek dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Bubur Bayi Promina di Carrefour Wilayah Jakarta Selatan). Jakarta Selatan : Jurnal Sains Pemasaran Indonesia
- Cahyani, Leni dkk. 2018. Pengaruh komunikasi pemasaran via TV commerce dan iklan radio terhadap keputusan pembelian produk di OLX. Bandung : Jurnal AKRAB JUARA
- Densa, Eddi Putra Brahma dan Relawan, Ida. 2016. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian CD JKT 48 Di Bandung. Bandung : e-Proceeding of Management
- Dwiyanti, Eris dkk. 2018. Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. Jember : JSMBI ( Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia )
- Juliati, Raudha dan Restuti, Sri. 2016. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Persepsi Resiko, Kepercayaan Konsumen, dan Keputusan Pembelian Online Shop (Studi pada Masyarakat Kota Pekanbaru). Pekanbaru, Riau : JURNAL TEPAK MANAJEMEN BISNIS
- Lidwina RA Sinaga & Natasya Intan Pramanda. 2018. Analisis Pengaruh *Brand name, Service Quality, dan Promotion* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Miniso Tunjungan Plaza Surabaya. Surabaya : Jurnal Manajemen Teori dan Terapan
- Najib, Muhammad Alfian dkk. 2016. Analisis Pengaruh *Brand Awareness, dan Perceived Value* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Deterjen Merek BOOM di Kabupaten Bojonegoro). Bojonegoro : Jurnal Sains Pemasaran Indonesia
- Nihlah, Zahrotun dkk. 2018. Analisis Pengaruh *Perceived Value, Citra Merek, dan Kualitas Layanan* Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Dengan *Word of Mouth* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pengguna Kosmetik Merek Wardah di Universitas Diponegoro). Diponegoro : *Seminar Nasional IENACO - 2018*
- Prasetyo, Stefanus Heri dan Suseno, Djoko. 2015. Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Android Dengan *Word of Mouth* Positif Sebagai Variabel Moderasi. Surakarta : Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan
- Susila, Arti dkk. 2017. Pengaruh *Perceived Value, Harga, Kualitas Produk, dan Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Mineral Dalam Kemasan AYIA Kemasan 600 ML di Sumatera Barat. Sumatera Barat