

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997). *Managinig Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Terjemahan oleh Aris Ananda. Cetakan Pertama, Jakarta: Mitra Utama.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2005). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bambang Sukma. (2012). *Etika Periklanan: Dimensi Citra Merek dalam Perspektif Komunikasi Merek*. Jakarta: UB Press.
- Chaplin, J.P. (2008). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Engel. J. F., Blackwell. R. D., Miniard. P. W. (1987). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.
- Ferrindadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gufron, N.M & Risnawita, R. (2016). *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Japarianto. E., Fiani. S. M (2012). *Analisis Pengaruh Food Quality dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo*. Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra.
- Mangkunegara. P. A (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Prasetijo. R., Ihalauw. J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Priansa. D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Pesaing Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ridhania.F. (2012). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Gaya Keputusan Konsumen Pada Produk Starbuck*. Jakarta. Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Rawamangun Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. (2000). *Perilaku Konsumen (Edisi ketujuh)*. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Shimp, Terence, A. (2000). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Kelima. Jilid. Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran (falsafah, teori dan aplikasi)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Roda Karya.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarwo, S. (2017). *Modul Kuliah Dan Praktikum Aplikasi Komputer: SPSS (diktat kuliah tidak diterbitkan)*. Universitas Bina Darma: Palembang
- Sunyoto. D (2012). *Konsep Dasar Pemasaran Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Caps.
- Triawan. S. A (2010). *Hubungan Sikap dan Keputusan Membeli Produk Merek Lokal Pada Konsumen*. Jakarta. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wulandari, D. A., Oktafani, F. (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Sepatu Nike*. Bandung. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom Universitas Bandung.
- Wijaya, D. S (2011). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry di Kota Semarang*. Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro Semarang.
- Yunita, S. (2015). *Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pembelian Handphone Iphone Series*. (Skripsi, tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Universitas Satya Wacana, Salatiga.