

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356. <http://dx.doi.org/10.2307/3151897>.
- Aaker, D. (2004). Brand Portofolio Strategy. *Creating: Relevance, Differentiation, Energy, and Leverage*. New York: The Free Press.
- Abdurahman, N.H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ahmadinejad, B., Karampour, A., & Nazari, Y. (2014). A Survey On Interactive Effect Of Brand Image and Perceived Quality Of Service On Each Other; (Case Study: Etko Chain Stores). *Journal of Business and Management Review*, 3 (8). Hal 217-224. Diunduh dari <http://Proquest.com>.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. 1980. Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice. Hall.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Azwar. S. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Blomback, A., & Axelsson, B. (2007). The role of corporate brand image in the selection of new subcontractors. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 22(6), 418-430. <http://dx.doi.org/10.1108/08858620710780181>
- Corsini, R.J. & Wedding, D. (1989). *Current Psychotherapy*. Fourth Edition. Illionis: F.E. Peacock Publisher, Inc.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dyer, S. R. (2010). *The challenges of OER to Academic Practice*, Education Enhancement Academic Services North Park Road Exeter, Devon EX4 4QE
- Ehigie, O. B. (2006). Correlates of customer loyalty to their bank a case study in Nigeria. *International Journal of Bank Marketing*, 24(7), 494-508. <http://dx.doi.org/10.1108/02652320610712102>
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fishbein, Martin and Icek Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior*. Massachusetts: AddisonWesley Publishing Company

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press Taylor.
- Harjasiwi. Dara (2014). “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis 2010- 2013)”. Laporan Tugas Akhir Universitas Telkom Bandung
- Hartono, Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*, Edisi 1, Jogjakarta: Penerbit Andi.
- Hawkins, Best, Coney, 2004, *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy International Edition*, Mc Graw Hill Companies, Inc.
- Hawkins, Del. I, Mothersbaugh, David L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, 11th Edition, New York: McGraw-Hill Irwin.
- Hsieh, M. H., Pan, S. L., & Setiono, R. (2004). *Product-, corporate-, and country-image dimensions and purchase behavior: A multicountry analysis*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(3), 251-270. <http://dx.doi.org/10.1177/0092070304264262>.
- Hizbul, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah dan Switcing Intention*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- Kotler dan Keller, (2012:27). *Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2* dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Kevin L.K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Indonesia: Erlangga.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Gary Armstrong. (2014). *Principle of Marketing*, 15th edition: Pearson.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Erlangga.
- Matthiesen, I. M., & Phau, I. (2010). Brand image inconsistencies of luxury fashion brands A buyer-seller exchange situation model of Hugo Boss Australia. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 202-218. <http://dx.doi.org/10.1108/13612021011046066>
- Muhibbin S. (2011). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ogba, E. I., & Tan, Z. (2009). Exploring the impact of brand image on customer loyalty and commitment in China. *Journal of Technology Management in China*, pp. 132-144. <http://dx.doi.org/10.1108/17468770910964993>

- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga*
- Riduwan, K.E.A. (2014). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1995). *Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes*. In C. I. Hovland & M. J. Rosenberg (Eds.), *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components* (pp. 1-14). New Haven, CT: Yale University Press.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Saragih, E.C. 2014. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Terjadinya Kecelakaan Kerja Pembangunan PLTA Pada Karyawan PT Global di Desa Simanabun Kecamatan Silau Kahean Kabupaten Simalungun*. Skripsi. FKM USU. Medan.
- Sarwono, J. & Budiono, H. (2012). *Statistik Terapan: Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi (Menggunakan SPSS, AMOS, dan Excel)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition. Pearson Education*
- Setiyawati S. (2016). *Why Customers Intend to Use Express Delivery Services, Case Studies in Business and Management, Vol. 3, No. 2*
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2012) *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suhartanto, Dwi. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sunjoyo & Rony. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Model Analisis Jalur untuk Riset Ekonomi*. Bandung: CV. YRAMA WIDYA.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). *Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food*. *British Food Journal*, 107(11), 808-822. <http://dx.doi.org/10.1108/00070700510629760>
- Tambrin, M., 2010. Pengaruh Brand Image Terhadap Pelanggan Kartu Simpati Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. *Jurnal Studi Manajemen*. Vol 4 No.1 April 2010
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.