

DAFTAR PUSTAKA

- Aemi, Muhammad Reza Syaiful (2015). Analisis Pengaruh Merek dan Negara Asal Terhadap Sikap Konsumen dalam Memilih Produk Handphone. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jawa Tengah.
- Durianto, D. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia, Jakarta.
- Firdaus, Favian Firman (2015). Pengaruh Kesadaran Merek Persepsi Kualitas, dan Promosi Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. Universitas Diponegoro Semarang, Jawa Tengah.
- Ghozali, Imam (2008). Model Persamaan Struktural : Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 16.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Irawan, A. (2014). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Studi pada Jurusan Akuntansi dan Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol.2, Nomor 2, Juni 2014.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Putra, Danang Adhi (2011). Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas. Universitas Diponegoro Semarang, Jawa Tengah.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Riset Untuk Bisnis*. Edisi ke-4. Salemba Empat: Jakarta.
- Setyaningsih, Rahmawati. (2008). Analisis yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang. Universitas Diponegoro Semarang, Jawa Tengah.
- Stanton, William J. (1993). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Thakor, M.V., dan Kohli, C.S., 1996, Brand Origin: Conceptualization and Review, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.13.
- Tjiptono, F. (2001), *Strategi Pemasaran, Edisi 1*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- <https://www.emarketer.com/> diakses tanggal 28 November 2016 pukul 13.00 Wib
- <https://www.counterpointresearch.com/> diakses tanggal 28 November 2016 pukul 16.00 Wib