

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, 2004. Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen sarung di Jawa Timur). *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- Amir, Zubaidah., dkk. 2015. *Psikologi Pembelajaran Matematika*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arikunto, S. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta : Rineka Cipta.
- Baroroh, Ali. 2013. *Analisis Multivariat dan Time Series dengan SPSS 21*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Dahlan, Sopiudin. 2014. *Statistik Untuk Kedokteran Dan Kesehatan Edisi 6*. Jakarta, Salemba Medika.
- Detik Finance. (2018, 23 April). Menperin: *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 9,23%. diakses pada 23 Oktober 2018*, dari <https://finance.detik.com/industri/d-3985814/menperin-industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-923>.
- Durianto, Darmadi. 2013. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gujarati, Damodar N. 2004. *Basic Econometrics*, Fourth edition, Singapore. McGraw-Hill Inc.
- Kertajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation*. Jakarta : Esensi Erlangga Group.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Irma Dwi dan Untarini, Nindria. 2014. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1573-1583
- Latan, H. (2012). Structural equation modeling konsep dan aplikasi menggunakan LISREL 8,80. Bandung: Alfabeta
- Lin, N & Lin, B. 2007. The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*.
- Manuarang, Romario Nimrod dan Mawardi, M. Kholid. 2018. Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei Pada Pengunjung Toko Buku Ub Press, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 55 No : 3 pp. 41-47

- Moksaoka, I. M. W., & Rahyuda, I. K. (2016). Peran Brand Image Dalam Memediasi Country Of Origin Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3).
- Priyanti, Yuli., dkk. 2017. Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Dipasar Raya Padang Dilihat dari Sikap dan Iklan. *Jurnal Pundi*, 1(2)
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Resmawa, I. N. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 1(2).
- Ridwan, L.M., Solihat, A., & Trijumansyah, A. (2018). *Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok*, 5(1), 68–82.
- Samuel, Hatane. Lianto, Adi Suryanata. 2014. Analisis eWom, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya. *Jurnal Pemasaran*, 8(2).
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Setiadi, Elly M. dan Usman Kolip. 2011. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga
- Simamora, Henry. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi ke-3 Cetakan ke-1. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Steenkamp, J.B.E.M, Batra and Alden, D.L. 2003. How Perceived Brand Globalness Creates Brand Value. *Journal of International Business Studies*. 34. 53-65
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika Edisi ke-6*. Bandung : Tarsito
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suwarman, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Susanto, A.B. & Wijanarko, H. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul*

*dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen.

- Wibowo, Arif. 2015. Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1)
- Wijaya, Finna Anastasia. & Sugiharto, Sugiono. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* Dengan *brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1)
- Yanthi, Kadek Pratita. Jatra, I Made. 2015. Pengaruh *Country Of Origin*, *Brand Image*, Dan *Perceived Quality* Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11)
- Zhou, L. & Hui, M. 2003. Symbolic Value Foreign Products in the People's Republic of China. *Journal of International Marketing*, 11(2), 36-58