

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 1996. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aries Susanty, Najid Bangun Adisaputra. Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kecamatan Banyumanik Semarang. *J@TI Undip*, Vol VI, No 3, September 2011
- Adenk, Sudarwanto. 2013. *Akuntansi Koperasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alfian, B. 2012. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin.
- Eisingerich, A. B., & Rubera, G. (2010). Drivers of Brand Commitment: A CrossNational Investigation. *Journal of International Marketing*, 18(2), 64–79. <http://doi.org/10.1509/jimk.18.2.64>.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Kertajaya, Hermawan. 2010. *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.

- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2. Jakarta : Salemba empat.
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity 4th edition*. USA, Pearson Education.
- Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran (Marketing Management) (Edisi13). U.S.A : Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Noor, Juliansyah. 2011. Metodologi Penelitian. Jakarta: Prenada Media Group.
- Peter dan Olson. 2013. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat
- Rudianto. 2010. Akuntansi Koperasi Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.

- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, S. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek. Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Volume 1. Nomor 1. Tahun 2012.
- Sutopo, Yeri dan Slamet, Achmad. 2017. *Statistik Inferensial*. Yogyakarta: ANDI.
- Tahwin, Muhammad. 2003. "Pengembangan Obyek Wisata Sebagai Sebuah Industri Studi Kasus Kabupaten Rembang," *Jurnal Gemawisata*, Vol. 1, No.3/November 2003, hal 236-249.
- Wicaksono, Muhammad. 2007. *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jakarta : Bumi Aksara.

Vranesevic, Tihomir. 2003. "The effect of the brand on perceived quality of food products", *British Food Journal*, Vol.105, No.11, p.811-825.

Yoeti, Oka. A. 1994. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Yoeti, Oka. A. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

Zikmund, William G., et al. 2010. *Business Research Methods* (eighth edition). South Western, USA: Cengage Learning.

UU RI Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 3

UU Perkoperasian Bab 1 pasal 1 tahun 2012

Kotler, Gertner, P. A., David. 2002. Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand \ Management*, Vol. 9, No. 4/5, 249-261

Andriyanto, Angga Bagus 2009. Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Association terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk GT Man (Studi Pada Mahasiswa Reguler I Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang).

Farhan, M. Yusuf. 2015. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike" *Jurnal Manajemen*, h.n.p. Diakses tanggal 20 Desember 2017

Musay, Fransisca. 2013. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian" tanggal 20 Desember 2017

[http://kbr.id/berita/02-2017/sepanjang\\_2016\\_indonesia\\_dikunjungi\\_11\\_5\\_juta\\_turis\\_mancanegara/88751.html](http://kbr.id/berita/02-2017/sepanjang_2016_indonesia_dikunjungi_11_5_juta_turis_mancanegara/88751.html) diakses pada tanggal 25 Oktober 2017 pukul 19.20

[https://www.academia.edu/7705482/Profil\\_KPSBU](https://www.academia.edu/7705482/Profil_KPSBU) diakses pada hari 9 desember 2017 pukul 21.23

