

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, David A. dalam Aris Ananda, (2011). Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta
- Arikunto, S. (2009). Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aulia, S. A. 2015. Pengaruh Pendidikan, Pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. (Pada PT. Inti Sukses Garmino Semarang). Skripsi. Surakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bintoro dan Daryanto. 2017. Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan. Cetakan 1. Yogyakarta : Gava Media
- Boger, Davis, et al., 1993. Kano's Method for Understanding Customer-defined Quality. Center for quality of management journal. Fall, Vol. 2, No.4
- Devi Puspita Sari dan Audita Nuvrisari “ Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Merek Eiger” JPEB Vol.3,No.2, 2018 hal.73-83
- Dolly Mahardika Danuwijaya “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepatu *Outdoor* Merek Consina di Kota Surakarta” jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta Vol.1 No.2 (Juli,22019), hal 178-189 Online ISSN : 2540-8402 I print ISSN : 2540-8399
- Erna Ferrinadewi. 2011. Merek dan Psikologi Konsumen. Jakarta: Graha Ilmu.
- Evidence from award winning mutual funds. The International Journal of Business and
- Fauzia, Mutia. (2018). Tahun Depan, Pertumbuhan Ekonomi RI 5,1 Persen diakses pada November 16, 2018 dari

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/21/175646126/tahun-depanpertumbuhan-ekonomi-ri-51-persen>

Finance Research , 8(2), 27–40.

Garvin, D. A. 1998. *Managing Quality*. New York: The Free Press

Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler dan Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.

Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall. Jakarta

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2012), *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga

M Najib, N. Rachma dan M. Hufon "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Eiger Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Eiger Mall Olympic Garden) eJrnm vol,08 No.12 Agustus 2019

Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta.

Malhotra, Naresh K., and David F. Birks. 2012. *Marketing Research: An Applied Approach* 3rd European Edition. Harlow, England: Prentice-Hall

Muhammad Najib, N Rachma dan Muhammad Hufon "Pengaruh citra merek, persepsi harga dan persepsi kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Eiger yang buruk. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi harga dan persepsi kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Eiger yang malang" jurnal E-jurnal

Risey Manajemen |Vol. 3 No. 2 , September 2018 ISSN : 2502-9304E-ISSN : 2581-2157

Nighmatul Maula “Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Shop In Shop Di Royal Plaza Surabaya”. jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Vol 2, No1(2014)

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.

Sri Wahyuni Salatun, Nurhidayah Layoo “Hubungan Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Outdoor* Di Kota Luwuk” EMOR Vol.2,No.2, 2017 hal.116-130

Sri Widyastuti dan Muhammad Said ”Consumer Consideration In Purchase Decision Of SPECS Sports Shoes Product Through Brand Image, Product Design And Price” *International Journal of supply chain management*. Vol.6, No.4, Desember 2017 IJSCM, ISSN: 2050-7399 (Online), 2051-3771

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing* 77(2), 203-220

Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia:Malang

Wang, Y. H., & Tsai, C. F. (2014). The relationship between brand image and purchase intention:

Wasilah “*Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk zebra wall: Studi pada anggota unit kegiatan mahasiswa MAHAPEKA UIN SGD Bandung.*” jurnal UIN Sunan Gunung Djati Vol.8,No.4, 2019 hal.58-69 ISSN: 2337-3792

www.Indonesia-Investment.com