

DAFTAR PUSTAKA

- Adam dan Ebert (2002). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Produk Keramik Merek Milan di Surabaya. *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, 3(2),140 – 159.
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Cockrill, Antje. dan Mark M.H. Goode. (2010), Perceived Price And Price Decay In The DVD Market., *The Journal of Product and Brand Management*, 19 (5): 367-374.
- Ebert, Ronald J. dan Ricky W. Griffin. (2013). *Business Essential Ninth Edition*. England : Pearson Education Limited.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Kalieva, M, Olga. (2015). Development of Territory Brand Image: The Marketing Aspect. *Review of European Studies*,7(2), 1918-7173
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemet*. Edisi 15. Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Lee, Simon; Abdou Illia., Lawson-Body, Assion. (2011). Perceived Price of Dynamic Pricing.*Journal of Indutrial Management Data Systems*, 111 (4).
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba. Empat.
- Peter, Paul J., Jerry C. Olson. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 9th Edition. New York. McGraw Hill.
- Sekaran,Uma dan Roger Bougie.2016. *Research Method For Business: A Skill-Building Approach 17th Edition*. Chichester: Wiley.

- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Tambunan, krystia dan ibnu widiyanto. (2012). “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto”. *Diponegoro Journal of Management*. Vol : 1(2), 58-66.
- Tjiptono, Fandy.(2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3*. Yogyakarta:Andi.
- Wijianty, Menik. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bsinis Politeknik Negeri Jakarta. *Jurnal Epigram*,13(1), 1693-1653.