

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, Wuri. (2018, Agustus 03). Tampilkan Sisi Urban Modern, Bata Hadirkan Kejutan Lewat Koleksi Terbaru. Diperoleh 28 Agustus 2018. <https://www.vemale.com/shopping-guide/118169-tampilkan-sisi-urban-modern-bata-hadirkan-kejutan-lewat-koleksi-terbaru.html>.
www.vemale.com.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arslan, Muhammad. (2014). *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention*. Bahria University Islamabad, Pakistan: Jurnal Internasional.
- Aryanto, Agus. (2018, Maret 06). Hadirkan Bata Red Label Bata Bidik Pasar Milenia 1. Diperoleh 28 Agustus 2018. www.wartaekonomi.co.id.
- Atika, Cinthya WD. (2018). *Pengaruh Negara Asal, Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Di Kota Bandar Lampung*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung: Skripsi.
- Bayu, Prawira & Kerti Yasa, Ni Nyoman. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar*. Universitas Udayana: Jurnal Nasional.
- Bougie, & Sekaran. (2013). *Edisi 5, Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley@Sons.
- CHI, Ying-qing, dkk. (2016). *A study on the Influence of Brand Image on Consumers' Purchase Intention-Base on IT Skills Training*. Jiangxi Normal University, China: Jurnal Internasional.
- Damiati, dkk. (2017). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: RAJADRAFINDO PERSADA.
- Dewi, Nuryani Septi, dkk. (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Bata*. FEB UII Bandung. Jurnal Nasional.
- Deyda, Claudi. (2018). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Harga Pada Minat Beli Konsumen Toko Dhea di Pasar Bambu Kuning Trade*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung: Skripsi.
- Fadhilah, Arif. (2015). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-IXION*. Fakultas Ekonomi UNJ: Jurnal Nasional.

- Fernanda, Ingrid Vio. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Persepsi Resiko Terhadap Niat Pembelian Produk Merek Toko Indomaret di Surabaya*. STIE Perbanas Surabaya: Artikel Ilmiah.
- Hill Irwin, McGraw. (2013). *CONSUMER BEHAVIOR: BUILDING MARKETING STRATEGY Twelfth editin*. Americas, New York, Ny.
- Jay Tansil, Michell & V.J Tielung, Maria. (2014). *The effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Intention at Shmily cupcakes Store Manado*. Internasional Business Administration (IBA) University of Sam Ratulangi Manado: Jurnal Internasional.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2012, *Marketing Management Edisi 14*, Global Edition:Pearson Prentice Hall.
- (2016). *Marketing Management 15th edition* New Jersey: Pearson.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2014. *Priciple Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2013). *Marketing Management Horizon edition*. New Jersey: Pearson.
- Kurniawan, Hironimmus Hari. (2017). *Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang: Jurnal Nasional.
- Krisno, Daniel & Samuel, Hatane, Prof. S.Em M.Si. *Pengaruh Perceived Quality, Perceived Sacrifice dan Perceived Value Terhadap Customer Satisfaction di Informa Innovative Furnishing Pakuwon City Surabaya*. Fakultas Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra: Jurnal Nasional.
- Laksana, Fajar . (2008). *Manajemen Pemasaran;Pendekatan Bisnis*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Lufthiani, Eva Inayah. (2016). *Pengaruh persepsi Kualitas, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Pada Produk Merek Toko*. UNY: Skripsi.
- Nanda, Melisa Tris. (2014). *Pengaruh Brand Knowledge, Persepsi Kualitas, dan Innovativeness Terhadap Minat Beli*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN: Skripsi
- Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Priansa, Juni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Putra, Dwi Aditya. (2018. Maret 06). Tahun ini, Bata target menambah 25 gerai baru dengan investasi Rp 412,9 miliar. Diperoleh 28 Agustus 2018. <https://www.merdeka.com/uang/tahun-ini-bata-target-menambah-25-gerai-baru-dengan-investasi-rp-4129-miliar.html>. *www.merdeka.com*.
- Priyastama, Romie. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Yogyakarta:PT ANAK HEBAT INDONESIA.
- Rachman Hakim, Arif. (2017). *Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Bimbingan Belajar Tridaya Bandung Tahun 2017)*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom: Tidak dipublikasikan.
- Raharjo, Sahid. (2017, April). *Makna Koefisien Determinasi [R Square] dalam Analisis Regresi Linear*. Diperoleh Oktober, 31 2018. <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>. *www.spssindonesia.com*.
- Saefullah Sudaryono (2012). *Teknik Analisis Data*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, Dr. Etta Mamang, M.Si. & Sopiha, Dr.,MM.,M.Pd. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:ANDI.
- Sanusi, Anwar. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2016. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Buku 2 Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat
- Sudaryono, Dr.(2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Sugiharto, Prof, DR, Ir, M.Sc. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta:ANDI.
- Sugiyono, Prof. DR. (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- (2013). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- (2014). *Statistik untuk Penelitian (cet ke-18)*. Bandung: Alfabeta.
- Shinta Suhartiningsih, Tri . (2017). *Pengaruh Brand Knowledge, Persepsi Kualitas dan Innovativeness Terhadap Minat Beli*. Universitas Muhammadiyah Purworejo: Jurnal Nasional
- Supriyadi, dkk. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMM: Jurnal

Nasional.

Syukro, Ridho. (2017, Desember 17). Masuk Bisnis *E-commerce*, Bata Incar Pertumbuhan 8%. Diperoleh 10 September 2018. <http://www.beritasatu.com/bisnis/468980-masuk-bisnis-ecommerce-bata-incar-pertumbuhan-8.html>. *www.beritasatu.com*.

Swasty, Wirana. (2016). *BRANDING. Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: REMAJA ROSDAKARYA

Tjiptono, Fandy. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.

Toarik, Mashud. (2018, Maret 06). Luncurkan Koleksi Red Label, Bata Optimis Raih 10% Pangsa Pasar. Diperoleh 10 September 2018. <http://www.beritasatu.com/investor/481877-luncurkan-koleksi-red-label-bata-optimistis-raih-10-pangsa-pasar.html>. *www.beritasatu.com*.

Tulipa, Diyah & Muljani, Ninuk (2015). *The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya*. UnikaWidya Mandala Surabaya: Jurnal Internasional.

Ulber, Silalahi. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama

Wijayanti, dkk. (2015). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Produk Private Label*. Politeknik Negeri Malang: Jurnal Nasional

Wulandari. (2015, Mei 28). Dipersepsi kurang *stylish*, inilah alasan Bata. Diperoleh 10 September 2018. <http://mix.co.id/headline/dipersepsi-kurang-stylish-inilah-alasan-bata>. *Mix.co.id*.

Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *PERILAKU KONSUMEN Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.