

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. 2014. Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan. Yogyakarta :Penerbit Aswaja Pressindo.
- Adiwidjaja, Adrian J. Tarigan, Zeplin J.W. (2017), Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, Jurnal Pemasaran, Vol. 5, No.3.
- Bagaskar, Abraham Mahendra. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Semarang*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Bamber David.,et al. 2011. Product-Knowledge, Ethnocentrism and Purchase Intention: COO Study in India. MBA book journal. Working Paper No.112/2011.
- Bobby Yudhiarina. 2009. Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merk dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Perusahaan Rokok PT. HM. Sampoerna. Jurnal Ichsan Gorontalo. Volume. 4. No.2 Edisi MeiJuli 2009.
- Buchari Alma, (2013), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Citra, Tamara dan Santoso, Suryono Budi.(2016), KualitasProduk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). Skripsi
- Donney dan Cannon, 1997 dalam Jarvenpa dan Tractinsky, 1999 dalam Darma, 2006
- Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP.
- Gobe, M. (2005).*Emotional Branding, Paradigma Baru untuk Menghubungkan Merek dengan Pelanggan*.Jakarta: Erlangga.
- Hakim, M. L. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Pembelian Iphone di Surabaya. *STIE PERBANAS SURABAYA*.
- Heidarzadeh, Kambiz Hanzaee dan Shirin.The Effect of the Country of Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Information Search and Purchase Intention.(Journal online).diakses5Mei 2019.

- Hidayat, A. T., Elita, F. M., & Setiawan, A., 2012, "Hubungan Antara Atribut Produk dengan Minat Beli Konsumen", *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, No 1, hal 1-14.
- Hidayat, Nur. 2016. Pengaruh *Word Of Mouth, Brand Image, dan Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* iPhone (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak). Skripsi. Universitas Tanjungpura.
- Juliana. 2010. Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei pada pelanggan minuman Teh Pucuk Harum). Medan: Politeknik IT&B Medan.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawati, Y., dan Benny, H. (2014). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halal Pada Mahasiswi Muslim. *Jurnal Psikologi Integratif*. Vol. 2.No. 1.edisi Juni.
- Lin, Nan Hong and B.S Lin (2007).The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*, Vol. 2, No. 13, 121- 132.
- Nugroho, A. R. (2015). Analisis Pengaruh Product Knowledge, Sikap pada Produk terhadap Minat Beli Produk Zandilac. *Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Nuruni Ika dan Kustini.2009. "*Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product*"
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller.2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. PT.Indeks
- Pradipta, B., & Suminar, B. (2014). Pengaruh Citra Merek, Keterlibatan Produk, dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Konsumen Membeli Minuman Isotonik Pocari Sweat di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*.
- Resmawa, Ira Ningrum. 2017. "Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention Dengan Green Price Sebagai Moderating Variable. (Survei pada produk The Body Shop di Surabaya)". *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi, dan Bisnis*. Vol. 1, No.2, hlm.1-11, April 2017.
- Rismawan, I. M., & Purnami, N. M. (2017).Peran *Price Discount* Memoderasi Pengaruh *Product Knowledge* dan *Celebrity Endorser* terhadap *Purchase Intention*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.6, No.1, 2017: 264-288.

- Roslina. 2009. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 10, No 2. 2009. ISSN: 1412 – 3681.
- Siddiq, A., 2012, *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Samsung*, Digital Library-Perpustakaan Pusat Unikom, Universitas Komputer Indonesia.
- Shirin, Khosrozadeh et al. 2011. The Effect Of The Country-Of-Origin Image, Product Knowledge And Product Involvement On Consumer Purchase Decisions, 10(8) : 601.615.
- Sugiono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sulistian, Ogi, 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Suprpto, Rifqi. Susanti, Maya. (2016). Product Knowledge and Trust Effect on Attitudinal Loyalty BPJS Kesehatan Participants in Daerah Istimewa Yogyakarta, *Journal of Marketing Science*, Vol. 2, No. 1, pp.64-77.
- Tommy Setiawan, Richard Andrew. 2012. Pengaruh *Brand Image* dan *Product Knowledge* Terhadap *Purchase Intention* (Studi pada pelanggan kosmetik merek X). Jakarta: Universitas Tarumanegara.
- Yanti, M. O. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 5, No. 5 Mei*.