DAFTAR PUSTAKA

Agung Y. 2003. *101 Konsuultasi Pemasaran I*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia Jakarta.

Amanah D. 2011. Pengaruh Promosi dan *brand Image* (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 3 No. 3, November 2011

Ambadar J, Abidin M, Isa Y. 2007. *Mengelola Merek*. Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri Cetakan ke I.

Apsari F. 2012. Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme dengan Minat Membeli Kosmetik Merek Asing pada Pria Metroseksual. *Talenta Psikologi* Vol. 1 No. 2, Agustus 2012.

Arista D dan Astuti S. 2011. Analisis Pengaruh Iklan. Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Aset* Vol. 13 No.1 Maret 2011 Hal. 37-45 ISSN 1693-928X.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APPJI). 2013. *Penggunaan Internet Sektor Bisnis 2013*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Cetakan Pertama, Juni 2014. ISBN 978-602-19596-4-0

Azwar S. (2002). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Azwar S. (2006). *Reliabilitas dan Validitas*. Cetakan ke – IV. Yogyakarta: Pustaka Belajar

Batra R dan Homer P. 2004. The Situational Impact of Brand Image Beliefs. *Journal of Consumer Psychology*. 14 (3), 318-330

Bhakar S, Bhakar S, Bhakar S. 2013. Relationship Between Country of Origin, Brand Image and Customer Purchase Intentions. *Far East Journal of Psychology and Business* Vol. 10 No 2 Feb 2013.

BisnisUKM. 2011. *Brand Image yang Kuat Memberikan Banyak Manfaat*. 17 Maret 2015. http://bisnisukm.com/brand-image-yang-kuat-memberikan-banyak-manfaat.html.

Elliott R dan Yannopoulou N. 2007. The Nature of Trust in Brands: a Psychososial Model. *European Journal of Marketing*. Vol. 41 No. 9/10, 2007, pp. 988-998.

Ghozali I. 2011 *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*, *ed. 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gollwitzer dan Sheeran (2009). Self-regulation of Consumer Decision Making and behavior: The Role of Implementation Intentions. *Journal of Psychology* 19 593-607 (2009).

Hendryadi. 2012. *Menentukan Ukuran Sampel Sederhana*. 17 Maret 2015. Http://www.teorionline.net/menentukan-ukuran-sampel-menurut-para-ahli/.

Hidayat, Elita, Setiaman. 2012. Hubungan Antara Atribut Produk dengan Minat Beli Konsumen. *Ejurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran* Vol. 1, No. 1 (2012).

Indosat. 2015. *Tentang Indosat*. 17 Maret 2015. http://indosat.com/id/about-indosat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jushermi. 2009. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Telkomnet Instan Pada PT. Telkom Cabang Pekan Baru. *Jurnal Ekonomi* Vol. 17, Nomor 3 Desember 2009.

Kisti H dan Fardana N. 2012. Hubungan Antara *Self Efficacy* dengan Kreativitas pada Siswa SMK. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental* Vol. 1 No. 02, Agustus 2012.

Leite, Mamassian, Bosbach, Waszak. (2010). A New Look at Sensory Attenuation: Action-Effect Anticipation Affects Sensitivity, Not Respon Bias. *Psychologycal Science* 21(12) 1740-1745 2010.

Muhid A. 2010. *Analisis Statistik*, *Spss for Windows Cara Praktis Melakukan Analisis Statistik*. Surabaya: CV. Duta Aksara.

Nugraha B A. 2013. Persepsi Terhadap Store Atmosphere dengan Minat Beli Konsumen di Hypermarket. *Jurnal Online Psikologi* Vol. 01 No. 02, Thn. 2013.

Nurtjahjanti H. 2012. Hubungan Antara Persepsi Terhadap Harga dan Kualitas Produk dengan Minat Beli Produk *Fashion* Onlineshop di Facebook Pada Mahasiswa Politeknik X Semarang. *Jurnal Psikologi Undip* Vol. 11, No. 2, Oktober 2012.

Pawitra T. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Puspitasari, Hidayat, Yuwono. 2010. Hubungan Antara *Emotional bonding* Dan Citra Kualitas Produk Dengan Minat Membeli Pada Konsumen. *Indigenous, Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi* Vol. 12, No 1, Mei 2010 : 74-80.

Rakhmad J. 1996. *Psikologi Komunikasi edisi revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Rangkuti F. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisiis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Riadi M. 2012. Pengertian Citra merek. 17 Maret 2015. http://www.kajianpustaka.com/2012/12/citra-merek-brand-image.html.

Rizan, Saidani, Sari. 2012. Pengaruh Brand Image san Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* (JRMSI) Vol. 3, No. 1, 2012.

Setiadi J N. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Stanton J W, Lamarto Y. 1996. *Prinsip Pemasaran*. PT Gelora Aksara Pratama.

Sugiyono. 2010. M*etode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supranto J dan Limakrisna N. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Susanto B dan Wijarnoko H. 2004. *Power Branding Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Pustaka Mizan 2004.

Suyanto M. 2007. *Marketing Strateg Top Brand Indonesia*, Yogyakarta: Andi Offset 2007.

UINSBY. 2015. Sejarah, Misi dan Visi. 17 Maret 2015 http://www.uinsby.ac.id/id/184/sejarah.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ujianto dan Abdurachman. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 1, Maret 2004: 34 – 53.

Word Intellectual Property Organization (WIPO). 2008. *Membuat Sebuah Merek*, Kamar Dagang dan Industri Indonesia 2008.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id