

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. S. Munandar. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Depok: Universitas Indonesia (UIPPress).
- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Utama.
- Akhmad, Jazuli. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha.
- Anto Dajan. 1986. *Pengantar Metode Statistik II*. Jakarta: LP3ES.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Choi, K.S., W. H. Cho., H. Lee., & C Kim. 2004. *Journal of Bussiness Research*, Vol 57.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Engel JF, Blackwell RD, Miniard PW. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1.(Alih bahasa dari Bahasa Inggris oleh Budiyanto FX). Jakarta (ID): Binarupa Aksara. [Judul asli *Consumer Behaviour*].
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, dkk. 2006. *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition*. Edition 6. New Jersey
- J. Supranto. 2000. *Statistik (Teori dan Aplikasi)*. Edisi Keenam, Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan. 2005. *Positining Diferensiasi Brand: Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning - Diferensiasi – Brand*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Phillip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Nugroho, Dr. J. Setiadi, S.E., M.M..2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus, Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2004. *Customer Behavior*. USA: Prentice Hall Inc.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business: A Skill Building Aproach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for business: A Skill Building Approach*. Singapore: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. 2008. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* edisi Revisi V. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka

Jurnal

Budiyanto, I Made. 2015. "*Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Desa Sidan Kec. Gianyar, Kab Gianyar*". Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

Harjati, Lily & Olivia Sabu G. 2014. "*Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop*". eJournal WIDYA Ekonomika

Internet

<https://bps.go.id> diakses pada tanggal 15 Maret 2019

<https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/1292/630> diakses pada tanggal 15 Maret 2019

<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20170614/263/662491/kue-artis-inovasi-para-pesohor>, diakses tanggal 15 Maret 2019

<https://instagram.com/jogjascrummy> diakses pada tanggal 15 Maret 2019

<https://jogjascrummy.com> diakses pada tanggal 15 Maret 2019

<https://media.neliti.com/media/publications/36785-ID-pengaruh-persepsi-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-the-body-shop> diakses pada tanggal 15 Maret 2019

<https://visitingjogja.com> diakses pada tanggal 18 Juli 2019