

REFERENCE

- Cannon, Joseph P., Perreault, William D. & McCarthy, Jr. E. Jerome. (2008). Pemasaran Dasar edisi 16, Pendekatan Manajerial Global Jilid 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Chae, M., 2018. *Digital printing cotton golf apparel for junior girls: a study of prototype development*. International Journal of Fashion Design, Technology and Education, 11(3), pp.322-332.
- Durianto, darmadi dan C. Liana. 2004. Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & fresh di Jakarta Dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model. Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 11, No. 1, pp. 35-55.
- Engel J.F, Blackwell RD, & Miniard PW. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Edisi 6. Penerbit Binarupa Aksara
- Ferdinand, Augusty. (2000). Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen. Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis S2 dan Disertasi S3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Firdausi, F., 2002. *Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Dan Mat Konsumen Dalam Memutuskan Untuk Membeli Suatu Produk (Studi Kasus Iklan Rokok Djarum 76 Yang Ditayangkan di Televisi Pada Kabupaten Kudus)* (Doctoral dissertation, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Jefkins, Frank, 2003, Public Relation, edisi ketiga (alih bahasa: Arisunandar), Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2009. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 8. Jilid 2. Alih Bahasa Damos Sihombing. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2012. *Principle of Marketing*, Global Edition 14th Edition, Pearson Education.
- Lau, G., & Lee, S. (2006). Costumer Trust in a Brand and Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management* (vols. 4), 341-70.
- Liu, C.J. and Liang, H.Y., 2014. The deep impression of smartphone brand on the customers' decision making. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, pp.338-343.

- Nugraha, R. and Riyanto, A., 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Jasa Ausi Digital Printing. *Simnasiptek 2016*, 1(1), pp.10-16.
- Özkan, M., Dimic-Misic, K., Karakoc, A., Hashmi, S.G., Lund, P., Maloney, T. and Paltakari, J., 2016. Rheological characterization of liquid electrolytes for drop-on-demand inkjet printing. *Organic Electronics*, 38, pp.307-315.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 2001. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alihbahasa: Yeti Semiharti. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif, Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rizal dan A. Furinto. (2009). *Marketing Reload: Kompilasi Konsep dan Praktik Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Sasmita, J. and Young consumers' insights, M.S.N., 2015. on brand equity: Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(3), pp.276-92.
- Severi, E. and Ling, K.C., 2013. The mediating effects of brand association, brand loyalty, brand image and perceived quality on brand equity. *Asian Social Science*, 9(3), p.125.
- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion (International Edition 8e)*. China : Cengage South-Western.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Stanton, W.J., Etzel, M.J. and Walker, B.J., 1996. *Fundamental of Marketing*, 1964. *McMillan Dictionary of Marketing and Advertising*. Chippenham, Wilshire, p.235.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Swastha, B., Irawan, 2003., *Manajemen Pemasaran Modern*, edisi kedua cetakan ke sebelas. *Yogyakarta: Liberty Offset*.
- Swastha, Basu, and T. Hani Handoko. 2000, *Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen*." *Yogyakarta: BPFE*.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.