

## Daftar Pustaka

- Algifari. 2011. *Analisis Regresi - Teori, Kasus, dan Solusi*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFY-YOGYAKARTA.
- Arimbawa, C.A.N. dan I.K. Rahyuda. 2015. “Peran Brand Image Sebagai Mediator Antara Country Of Origin Terhadap Purchase Intention (Studi pada Produk Laptop Sony Vaio di Kota Denpasar)”. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4, No.4, hlm 879-897.
- Belch, George E. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. Edisi ke-6. New York: Mc Graw-Hill Company
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung. PT Nurani Sejahtera
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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.
- IKAPI. 2015. *Industri Penerbitan Buku Indonesia: Dalam Data dan Fakta*. Jakarta: Ikatan Penerbit Indonesia.
- Indriantoro, N dan Supomo, B. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFY
- Juliana. 2010. *Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei pada pelanggan minuman Teh Pucuk Harum)*. Medan: Politeknik IT&B Medan.
- Kasiram. Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif – Kuantitatif*. Malang : UIN Maliki Press
- 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.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho Bramulya Ikhsan. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Mustafa, Zainal EQ. 2013. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rahman Indra. “Memaknai Buku dan Minat Baca di Hari Buku Nasional 2017”, diakses pada tanggal 12 Juni 2017 dari <https://www.cnnindonesia.com>.
- 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.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Jilid 1. Jakarta:Alfabeta
- Sardin.2014. *Konsep Populasi dan Sampling serta Perhitungan Varians*. Surabaya: Tanpa Penerbit
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis dengan SPSS*. Edisi 1. Yogyakarta:ANDI
- Shah,Syed Saad Hussain . (2012). The Impact of Brands on Consumer Purchase Intentions. *Asian Journal of Business Management*. Vol : 105-110
- Sinambela, Lijan Poltak. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif - Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Singarimbun, M. dan Sofyan E. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta:Pustaka LP3ES
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Bandung: Aflabeta.
- Sunyoto. 2009. Analisis Regresi dan Uji Hipotesis. Yogyakarta: MedPress.
- Tommy Setiawan, Richard Andrew. 2012. *Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Studi pada pelanggan kosmetik merek X)*. Jakarta: Universitas Tarumanegara.
- Universitas Brawijaya. “Visi, Misi, dan Maklumat Pelayanan”, diakses pada 12 Juni 2017 dari <http://ubpress.ub.ac.id>.