

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. (2001). *Consumer behaviour and Marketing Action, 6 th ed.* New York: Thompson.
- Badan Pusat Statistik, United Nations Population Fund, & Kementrian PPN / Bappenas. (2013). *Proyeksi Penduduk Indonesia 2010 - 2035.* Jakarta: Badan Pusat Statistik, Jakarta - Indonesia.
- Bambang, H. (Manajemen Strategi "Perumusan Strategi Untuk Memenangkan Bisnis, cetakan pertama). Malang: Bayumedia Publishing.
- Chauduri, A. (1999). Does Brand Loyalty Mediate Brand Equity Outcomes?., *Journal of Marketing Theory and Practice, Spring, Vol.7.*
- Dominanto, N. N. (2008). Perbedaan Sikap terhadap Iklan, Merek, dan Niat Beli Konsumen pada Iklan dengan Fear Appeal Tinggi dan Rendah pada Partisipan Wanita. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 67-75.*
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar.* Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Giesel, J. L. (2000). *Defining Consumer Satisfaction.* Retrieved from Academy of Marketing Science Review: <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>
- Hariadi, B. (2004). *Manajemen Strategi "Perumusan Strategi Untuk Memenangkan Bisnis".* Malang: Bayu Media Persada.
- Heise, D. R. (1999). The Semantic Differential and Attitude Research. In R. McNally, *Attitude Measurement* (pp. 235-253). Chicago: Rand McNally and Company.
- Heru, S. (1999). Hubungan Antara Kualitas dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen: Studi pada Empat Industri Jasa di Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 4.*
- Jurnal Nasional. (2016). *Industri Pelumas Tumbuh.* diunduh tanggal 20 Agustus 2016 : <http://www.kemenperin.go.id/artikel/7108/industri-pelumas-tumbuh>
- Kompas. (2016). *Industri Pelumas Tumbuh Pesat.* diunduh tanggal 16 November 2016 : <http://www.kemenperin.go.id/artikel/7115/Industri-Pelumas-Tumbuh-Pesat>
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Edisi Milenium.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing 14th edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2013). *Marketing Management 14 edition*. Essex: Pearson.
- Krejcie, R. V. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 607-610.
- MacKenzie, S. B., & Ricard, J. L. (1989). An Empirical Examination of the Structural Antecedents of Attitude Toward Ads in an Advertising Pretesting Context. *Journal of Marketing Research*, 130-143.
- Maholtra, N. K. (2004). *Marketing Research an Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Education.
- Marketing Research Indonesia. (2016, February 10). *Persaingan minyak pelumas semakin memanas*. Retrieved from Marketing Reseach Indonesia: <http://www.mri-research-ind.com/berita-339-persaingan-minyak-pelumas-semakin-memanas.html>
- Munandar, D. (2011). Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di Rumah Sakit Al-Islam Bandung. *Majalah ilmiah Unikom*, 233-244.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*. New York: McGraw- Hill.
- Philip, K., & Keller, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid. 2, Edisi 12*. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. . Yogyakarta: MediaKom.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2*, 143-150.
- Sari, K. (2016). Analisis key success factors sebagai alat mempertahankan kemampuan bersaing. *Jurnal ilmu dan riset akuntansi*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior*. Essex: Pearson Education.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2001). *Consumer Behavior. Seven Edition*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Cetakan Kedua*. Jakarta: Prenata Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIII, No.2*, 140-146.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku konsumen*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Swastha, B., & Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tripomo. (2005). *Startegi Manajemen. Edisi pertama*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Yudhiartika, D., & Haryanto, J. O. (2012). Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's. *Buletin Studi Ekonomi*, 99-225.