



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2010. *Building Strong Brands*. London: Pocket Books.
- Belch, George E. dan Belch, Michael A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (eighth edition). New York: McGraw-Hill
- Bungin, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Clow, Kenneth E. dan Baack, Donald E. 2016. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jackson, Sherri L. 2009. *Research Methods and Statistics: A Critical Thinking Approach*. United States: Wadsworth.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Principles of Marketing (sixteenth edition)*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Limited.

Laudon, Kenneth C. dan Traver, Carol Guercio. 2017. *E-commerce 2016*. England: Pearson Education Limited.

Schiffman, Leon G. dan Wisenblit, Joseph L. 2015. *Consumer Behavior (eleventh edition)*. England: Pearson Education Limited.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal dan Skripsi

Naibaho, Agnes dan Yuliati, Ai Lili. 2017. Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Minat Beli Produk Body Mist. Vol 11.

Fadhillah, Ahmad Rizal. 2016. Pengaruh *Brand Personality* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Mediasi. Vol 4.

Bouhleh, Olfa. 2011. *Brand Personality's Influence on the Purchase Intention: A Mobile Marketing Case*. Vol 6.

Rachmatianti, Dinda Niken. 2014. Pengaruh *Brand Personality* Terhadap Minat Beli (Studi Pada Merek Kosmetik Maybelline New York). Depok: Universitas Indonesia.

Limanjaya, Vicky Hanggara. 2015. Pengaruh *Brand Personality* Teh Javana Terhadap *Purchase Intention* Melalui Pendekatan *Self-Image Congruence*. Vol 3 No. 1.

Sumber lain

Badan Pusat Statistik Kota Jakarta. 2017. Jumlah Penduduk dan Jenis Kelamin kota Jakarta. Diakses 11 Juni 2018

<https://jakarta.bps.go.id/statictable/2017/01/30/137/jumlah-penduduk-dan-rasio-jenis-kelamin-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta-2015.html>

A large, light blue circular logo with a stylized white graphic inside, resembling a grid or a series of squares. The logo is positioned in the upper middle of the page.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA