

DAFTAR PUSTAKA

- Agusli, Devonalita dan Y.S. Kunto. 2013. Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya. **Jurnal Manajemen Pemasaran Petra**, Vol.1, No.2, 1-8.
- Astuti, S. Wahjuni dan I.G. Cahyadi. 2007. “Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3”. **Majalan Ekonomi, Tahun XVII, No.2.** Agustus 2017.
- Ferdinand, Augusty. 2002. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2006. **Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitrahadini, U. Sumarwan dan R. Nurmarlina. 2010. Analisis Persepsi Konsumen terhadap Ekuitas Merek Produk Es Krim. **Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen**, Vol.2, No.1, 74-81.
- Ghozali, Imam. 2007. **Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gill, R.B., E.F. Andres and E.M. Salinas. 2007. Family as a Source of Consumer-based Brand Equity. **Journal of Product & Brand Management**, Vol.16, No.3, 188-199.
- Griffin, Jill. 2005. **Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan**

Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Erlangga.

Handayani, Desy & dkk. 2010. **The Official MIM Academy Course Book Brand Operation.** Jakarta: Esensi Erlangga Group.

Jalilvand, M.R., N. Samiei and S.H. Mahdavinia. 2011. The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention: An Application of Aaker's Model in the Automobile Industry. **The Journal of International Business and Management**, Vol.2, No.2, 149-158.

Keller, Kevin Lane. 2008. **Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity (3rd ed.).** New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip. 2008. **Manajemen Pemasaran.** Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran.** Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks. Terjemahan: Benyamin Molan.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. **Marketing Management 13.** New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Lee, Coi Chai and Fayrene C.Y. Leh. 2011. Dimension of Customer-Based Brand Equity: A Study on Malaysian Brands. **Journal of Marketing Research and Case Studies**, Vol.2011(2011), 1-10

Lidyawatie. 2008. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.** Bandung: Alfabeta.

Muzaqqi, A., A. Fauzi dan I. Suyadi. 2016. Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Produk Sari Apel SIIPLAH

di Perumahan Saxophone Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). **Jurnal Administrasi Bisnis**, Vol.3, No.1, 26-34.

Rangkuti, Freddy. 2009. **Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication**. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rizky, Aditya dan S. Pantawis. 2011. Pengaruh Citra dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek (Studi pada Pasar Handphone Nokia di Kota Semarang). **Dinamika Sosial Ekonomi**, Vol.7, No.2, 181-196.

Severi, Erfan and Kwek Choon Ling. 2013. The Mediating Effect of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity. **Asian Social Science**, Vol.9, No.3, 125-137.

Subramaniam, A., A.A. Mamun, P.Y. Permarupan and N.R.B. Zainol. 2014. Effect of Brand Loyalty, Image and Quality on Brand Equity: A Study among Bank Islam Consumer in Kelantan, Malaysia. **Asian Social Science**, Vol.10, No.14, 67-73.

Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

Sulistian, Ogi. 2011. **Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter**. Kuningan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Sundjoto dan A.S. Hadi. 2012. Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Cair dalam Kemasan Frisian Flag. **Media Mahardhika**, Vol.11, No.1, 106-126.

- Supranto dan N. Limakrisna. 2011. **Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran**. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Tong, Xiao and J.M. Hawley. 2009. Measuring customer-based brand equity: Empirican evidence from the sportswear market in China. **Journal of Product & Brand Management**, Vol.18(4), 262-271.
- Vinh, Tran Trung. 2017. Measuring Customer Based Brand Equity: A Case of Heineken from the Beer Market in Vietnam. **Asian Social Science**, Vol.13. No.3, 177-184.
- Widiyanto, I. 2008. **Metodologi Penelitian**. Semarang: Pointers.
- Widjaja, Maya, S. Wijaya dan R. Jokom. 2007. Analisis Penilaian Konsumen terhadap Ekuitas Merek Coffee Shop di Surabaya. **Jurnal Manajemen Perhotelan**, Vol.3, No.2, 89-101.
- <https://id.techinasia.com/> (Diakses pada 17 April 2017)
- <https://id.wikipedia.org/> (Diakses pada 17 April 2017)
- <http://www.idc.com> (Diakses pada 27 April 2017)
- www.topbrand-award.com (Diakses pada 27 April 2017)
- www.trendforce.com (Diakses pada 17 April 2017)