

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta : Spektrum.
- Agusli, Devonalita dan Yohanes Sondang Kunto. (2013). Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol., No.2, 1-8
- Andriyanto, Richard Darmawan dan Jony Oktavian Haryanto. (2010). Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol.9., No.1
- Assael, Henry. (1992). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 4th Edition. Boston.
- Chi, Hsin Kuang., Huery Ren Yeh, and Ya Ting Yang.(2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. *The Journal of International Management Studies*. Vol.4., No.1, 135-144
- Chieh, Yang keng., Tsui Chuan Hsieh, Hendrik Li, dan Chyan Yang. (2012). Assessing How Service Quality, Airline Image and Customer Value Affect The Intentions of Passengers Regarding Low Cost Carriers. *Journal of Air Transport Management*. Vol. 20, 52-53
- Clark, C. Robert, Ulrich Doraszelski, dan Michael Draganska. The Effect of Advertising on Brand Awareness and Perceived Quality: An Empirical Investigation Using Panel Data. *Quant Mark Econ*. Vol. 7, 207-236
- Durianto, Darmadi., Sugiarto, dan Lie Joko Budiman. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Minard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 2. Jakarta: Binarupa Aksara..
- Fatmayanti, Susy Raih Nur dan Yoestini. (2012). Analisis Iklan dan Endorser Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol.1., No.1, 456-461
- Fariman, Zahra Kehtarpour. (2014). A Mediation of Perceived Customer Value Between Purchase Intention and Perceived Benefit/Perceived Sacrifice For

- Online Book Shopping in Iran. *Journal Research, Gender and Development*. Vol. 4., No.5, 94-103
- Ferdinand, Augusty. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol.1., No.1, 107-119.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Model Persamaan Struktural: Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 21.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indriani, Farida dan Dini Hendarti. (2009). Studi Mengenai Efektivitas Iklan Terhadap Citra Merek Maskapai Garuda Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 8., No. 1, 83-106
- Kinear, Thomas L. dan James R. Taylor. (1995). *Riset Pemasaran*. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (1994). *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Edisi Keenam. Jilid 2. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2004). *Metode Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Lamb, Charles W., Joseph F. Hair, dan Carl McDaniel. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jilid 2. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Murtiasih, Sri., Sucherly, and Hotniar Siringoringo. (2013). "How Word of Mouth Influence Brand Equity for Automotive Products in Indonesia". *Procedia Social and Behavioral Science*. Vol.81, 40-44
- Nazir, Mohammad.(1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Rangkuti, Freddy. (2008). *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior*. Edisi Kesepuluh. New Jersey : Prentice Hall.

Severi, Erfan, Kwek Choon Ling, dan Amir Nasermodel. (2014). The Impact of Electronic Word of Mouth on Brand Equity in The Context of Social Media. *International Journal of Business and Management*. Vol. 9., No.8, 84-96

Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Kelima. Jilid 1. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.

Sugiyono.(2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung

Sweeny, Jillian C. dan Geoffrey N. Soutar. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*. Vol. 77, 203-220.

Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana. (2008). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi.

[www.wommapedia.org](http://www.wommapedia.org) diakses 14 Desember 2014

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) diakses 10 November 2014

Yosevina, Christina. (2008). Word of mouth. *Forum Manajemen Prasetya Mulya*, Vol.2., No.4, 5-13

.....,(2014),”Pemasaran”, *Majalah SWA*, 11/XXX/22 MEI-4 JUNI 2014

....., (2014),”Indonesia Best Brand Award 2014”, *Majalah SWA*, 19/XXX/11-24 SEPTEMBER 2014