

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abubakar, Rusydi. 2005. *Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Jamu di Banda Aceh*. Jurnal Sistem Teknik Industri. Volume 6, No. 3, hlm. 54-62.
- Astuti, Sri Wahjuni dan I Gde Cahyadi. 2007. “*Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*”. Majalah Ekonomi, Tahun XVII, No. 2.
- Assegaff, M dan Ayu Hartiningtiyas. 2010. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bebek 4-Tak Merek Honda (Studi Kasus di Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kendal)*. Jurnal EKOBIS. Vol. 11, No. 2, hlm. 151-159.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Basu, Swastha dan Ibnu Sukotjo W. 1988. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Cobb- Walgren, Cathy J., Cynthia A. Ruble, and Naveen Donthu, 1995, “*Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent*,” *Journal of Advertising*, XXIV (Fall), 25-40.
- Darmadi Duriyanto, Sugiarto dan Tony Sitinjak. 2001. “*Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*”. Jakarta: Gramedia.
- Darmadi Duriyanto, Sugiarto, L. J. Budiman. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dewinata, Amalia. 2006. “*Pengaruh Brand Image Produk Minuman Ringan Bersoda Coca-Cola Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. CocaCola Bottling Indonesia*”. Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama. Tidak Dipublikasikan.

- Fadli dan Qamariah, Inneke. 2008. “*Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Merek Honda terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Universitas Sumatera Utara)*”. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. I, No. 2, hlm. 48-58.
- Farrah, Zatul, 2005, “*Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*”, *INSAN*, Vol.7, No. 3 Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Kedua*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graeff, T.R., 1996, *Using Promotional Messages To Manage The Effects of Brand And Self Image on Brands Evaluation*, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.13, No.3, pp 4-18.
- Graha, Gent. 2011. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kecap Manis Merk ABC (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga Di Daerah Tembalang)*”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Tidak Dipublikasikan.
- Husein, Umar, 2000. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi 1*. Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta.
- James, Engel F. dkk. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1. Edisi 6*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Karnawati, Tin Agustina. 2010. *Pengaruh Pengaruh Variabel Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Padang Sederhana di Kota Malang*. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi ASIA*. Vol. 5, No. 1, hlm. 74-89.
- Kertajaya, Hermawan. 1999. *Marketing Plus : Siasat Memenangkan Persaingan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 1997. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi 11*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Kurniawan, Yusuf. 2010. “*Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Fatigon Hydro di Purwokerto)*”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Tidak Dipublikasikan.
- Larosa, Septhani Rebeka. 2010. “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Warung-Warung Makan di Sekitar Simpang Lima Semarang)*”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Tidak Dipublikasikan.
- Lindawati. 2005. “*Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam Ekstensi Merek pada Produk Merek “Lifebouy” di Surabaya*”. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. 4 (1). hal. 47-70.
- Megawati, Dwi Wahyuni, 2010. “*Pengaruh Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian Donat Kemasan Paket Pada J.CO Donuts & Coffee Cabang Sun Plaza Medan*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., et.al, 1990, *Delivering Quality Service*, The Free Press, Maxwell Macmillan, Canada.
- Praba, Sulistyawati. 2010. “*Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang*”. Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
- Pranoto, Bambang. 2008. “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor*”. Jurnal Ilmiah Faktor Exacta. Vol. I, No. 2, hlm. 41-46.
- Rezka, Novian. 2011. “*Analisis Pengaruh Harga, Motivasi Konsumen, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pengunjung pujasera “Jaya Makmur” di Semarang)*”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Tidak Dipublikasikan.
- Roslina. 2009. “*Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek terhadap Pembelian Produk*”. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. X, No. 2, hlm. 200-215.
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000. *Costumer behaviour*. Internasional Edition. Prentice Hall.

- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Staton, William. J. 1999. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Swasta, Basu. 2002. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Umar, Husain. 1997. *Metodologi Penelitian (Aplikasi dalam Pemasaran)*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Vranesevic, Tihomir. 2003. “*The effect of the brand on perceived quality of food products*”, British Food Journal, Vol.105, No.11, p.811-825
- Widiyanto, Ibnu. 2005. *Pointers Metodologi Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Widyastuti, Dinny. 2011. “*Analisis Pengaruh Efek Komunitas, Kekhasan Produk, Citra Merek kepada Sikap Merek dan Implikasinya terhadap Minat Membeli Ulang*”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Tidak Dipublikasikan.
- Yoestini dan Eva Sheilla Rahma. 2007. “*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)*”. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. VI, No. 3, hlm. 261-215.