

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press
- Aaker, David A, 1996. *Building Strong Brands*. New York : Free Press
- Arnould, E., Price, L., Zinkan, G. 2005. *Consumers 2nd ed*. Singapore: McGraw-Hill/Irwin
- Ferdinand, Augusty 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Indonesia, MARS. *Indonesian Consumer Profile: 2008.*, Jakarta: 2008.
- Istijanto, M.M.,M.Com. (2005), *Riset Sumber Daya Manusia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Joseph, L. Massie. (1985). *Dasar-dasar Manajemen*. PT. Erlangga, Jakarta.
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management, Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey : Prentice Hall
- Kinney, Thomas C. and James R. Taylor, 1995. *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Knapp, Duane E. 2001. *The Brand Mindset*. McGraw Hill Companies Inc.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management: Edisi Milenium, International Edition*. Prentice Hall International, Inc, New Jersey
- Kotler, Philip (2001), terj. *Manajemen Pemasaran, Buku I*, oleh Alexander Sindoro, Jakarta, PT. Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran: Edisi II jilid 1 dan 2*. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga*. Penerbit Indeks
- Lucas,D.B.& Britt,S.H. (1950). *Advertising Psychology and research*, New York: McGraw-Hill.

- Marconi, J. 1994. *Beyond Branding*. Malaysia : S. Abdul Majeed & Co.
- Marzuki. 1995. *Metodologi Riset*, Yogyakarta: PT. Hanindita Offset.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen : konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Stanton J, William. 1984. *Prinsip pemasaran*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Stanton J, William. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. (2001). *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Ketiga. Liberty, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2005. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta : Andi.

## **Jurnal**

- Adriansyah, Muhammad Ari ( 2012 ). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies : Diperoleh 16 Oktober 2013, dari [http:// eprints.binus.ac.id](http://eprints.binus.ac.id)
- Faradiba ( 2013 ). Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang) : Diperoleh 11 Januari 2014, dari [http:// eprints.undip.ac.id](http://eprints.undip.ac.id)
- Gunardi, Fenny (2014). Analisa Pengaruh Produk, Bukti Fisik, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di My Kopi-O Surabaya : Diperoleh 13 Februari 2014, dari <http://studentjournal.petra.ac.id>
- Hidayati, Tri Asih ( 2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen ( Survei pada Mahasiswa Penghuni Ma’had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang mengkonsumsi Mie Instan Merek Indomie) : Diperoleh 11 Januari 2014, dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Sulistiyari, Ikanita Novirina ( 2012 ). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELIPRODUK ORIFLAME(Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis JurusanManajemen Universitas Diponegoro Semarang) : Diperoleh 11 Januari 2014, dari [http:// eprints.undip.ac.id](http://eprints.undip.ac.id)

Tahoni, Romy Victor (2012). Pengaruh iklan terhadap minat beli konsumen melalui citra merek dan sikap pada minuman isotonic Mizone di Surabaya : Diperoleh 16 Oktober 2013, dari [http:// e-bookspdf.org/download/minat-beli.html](http://e-bookspdf.org/download/minat-beli.html)

Winahyu, Dasanti Jiwaning (2012) . Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan daya tarik iklan terhadap minat beli Air Minum Axogy ( Studi Kasus pada Pengguna Air Minum Kota Magelang Jawa Tengah) : Diperoleh 16 Oktober 2013, dari <http://eprints.undip.ac.id>

### **Literatur Majalah dan Sumber Lain**

Majalah SWA, No. 16/ XXV/7 Juli- 5 Agustus 2009

Majalah SWA, No. 15/ XXVI/15-28 Juli 2010

Majalah SWA, No. 15/XXVII/18-27 Juli 2011

Majalah SWA, No. 20/XXVIII/20 September-30 Oktober 2012

[www.Topbrand-award.com](http://www.Topbrand-award.com)

[www.indofoodcbp.com](http://www.indofoodcbp.com)

[www.Supermie.co.id](http://www.Supermie.co.id)

[www.yahooanswer.com](http://www.yahooanswer.com)

[www.frontier.co.id](http://www.frontier.co.id)