

DAFTAR PUSTAKA

- 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. Agustus. hal. 145 – 156.
- Azwar, Saifuddin. 2005. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bella, Benazhar. 2009. Analisis Pengaruh Faktor Program Promosi, Persepsi Merek, Motivasi, dan Sikap Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Beti, Dyonisius. 2009. Adu Cepat Dua Pabrik Jepang. *INVESTOR*. No. 196/XI /Oktober.
- Chapman, Joe dan Russ Wahlers. 1999. A Revision and Empirical Test of the Extended Price Perceived Quality Model. *Journal of Marketing*. p. 53-64.
- Dharmmesta, B.S. 1999. Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 14 (3). hal 73-78.
- Durianto, Darmadi, *et al.* 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James F, *et al.* 1994. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1. Jakarta: Binarupa Akasara.
- Fepria, Reymas Herradi. 2009. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Terhadap Kualitas, Nama Merek dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Padat Lifebuoy di Ungaran. *Skripsi Tidak Dipublikasikan*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Handoko, Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Ketujuh. Yogyakarta: Penerbit BPFE.

- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 1997. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- 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.
- Loudon, David L and Albert J. Della Bitta. 2004. *Consumer Behavior Concepts and Applications*. Third Edition. Singapore: MC Graw Hill Inc.
- Miranti, Ermina. 2004. Prospek Industri Sepeda Motor di Indonesia. *Economic Review Journal*. No. 198.
- Muafi dan M.I. Effendi. 2001. Mengelola Ekuitas Merek: Upaya Memenangkan Persaingan di Era Global. *EKOBIS*. Vol.2. No.3.
- Muchsin, Noorhudha, *et al.* 2002. Analisis Sikap Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Sanex dan Kanzen di Kota Malang. Malang. Universitas Brawijaya Malang. <http://www.ppsub.ub.ac.id.com>. Diakses tanggal 9 Maret 2010.
- Purwanto, Heri. 1999. *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta: Kedokteran EGC.
- Robbins, Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Indeks. Kelompok Gramedia.
- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*, 7th Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Siagian, S.P. 2006. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sigit, Soehardi. 2002. *Pemasaran Praktis*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.

- Simamora, Henry. 2002. *Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta. Erlangga
- Susanto, A.B. 2008. *Krisis Loyalitas di Tengah Keterbukaan*. <http://www.inilah.com>. Diakses Tanggal 12 November 2009.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2000. *Manajemen Permasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Vranesevic, Thomir. 2000. The Effect of The Brand on Perceived Quality of Food Product. *Britist Food Journal*. Vol. 105. No. 11. p. 811-825.
- Wahyuni, D.U. 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 10 (1). hal. 30-37.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers Metodologi Penelitian*. Semarang: CV Dikalia.
- <http://www.aisi.or.id>. Diakses Tanggal 7 November 2009.
- <http://www.astra-honda.com>. Diakses Tanggal 12 Maret 2010.
- <http://www.topbrand-award.or.id>. Diakses Tanggal 20 Februari 2010.