

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 1996, *Building strong brand*. New York, USA: The Free Press.
- Batra, Hommer. 2004. The Situational Impact of Brand Image Belief. *Journal of Consumer Psychology*, 14 (3), 318-330
- Biels, Alexande, L. 1992 . *How Brand Image Drive Brand Equity*. Journal Advertising of Research
- De Chernatony, L. 2003. <http://markbiz.files.wordpress.com/2008/11/bab-iii-produk-jasa.pdf>
- Edward. 2002. [http://www.scribd.com/doc/9828547/Faktorfaktor-Yang Mempengaruhi-Pembeli-Terhadap-Pembelian](http://www.scribd.com/doc/9828547/Faktorfaktor-Yang-Mempengaruhi-Pembeli-Terhadap-Pembelian)
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen* (Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Disertasi Ilmu Manajemen). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harrison, Shirley. 1995. *Public Relation: An Introduction* . London: Routledge
- Hribar.2007.<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/22372/3/Chapter%20II.pdf>
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I dan II. Jakarta: PT Prenhallindo
-, Philip. 2004. *Marketing management*, Terjemahan, Benjamin Molan, Edisi Milenium. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. New Jersey: Prentice-Hall
- Kotler, Philip & Keller, Kevinlane.2009. *Manajemen Pemasaran*
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Najmudin, M.2008. Proses Keputusan Konsumen Jasa. “Jurnal Ekonomi Janavisi”, Vol. 11, No. 3, h. 261-266
- Shimp, Terence. 2003. *Periklanan promosi : Aspek Tambahan Komunikasi*

Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga

Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Bandung: Prenada Media

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Sitinjak, T, dan Tumpal J.R.S. 2005. "Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek Terhadap Ekuitas Merek." *Jurnal Manajemen Merek*, Vol. 12, No. 2, pp. 166-181

Shimp.2003.http://thewinnerlife.multiply.com/journal/item/52/Hubungan_Citra_Merek_Brand_Image_dan_Keputusan_Pembelian_Studi_Kasus_Bank_Muamalat_Indonesia__Palembang

Keller Kevin Lane. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. 2th edition. New Jersey, Prentice Hall

Sutisna dan Pawitra, Teddy. 2001. *Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Kasali, rhenald. 2003. "*Mendidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targeting, Positioning*". Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Widianingsih, Elvilla. 2009. *Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Diponegoro Semarang*. Skripsi Undip Semarang

Zeithaml, A. Valerie, Bitner, Mary jo. 1996. *Service Marketing*, International Edition, McGraw Hill

Kotler, Philip. 2004. *Marketing Management*, Terjemahan, Benjamin Molan, Edisi Milenium. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia

Simamora, Bilson. 2002. *Aura Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Warta Warga. 2010: [http:// wartawarga.gunadarma.ac.id/ Citra produk/ Warta Warga.htm](http://wartawarga.gunadarma.ac.id/Citra_produk/Warta_Warga.htm). diakses 3 Februari 2012

Militina, Theresiana. 2004. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Membeli Produk Wisata Budaya Di Kalimantan Timur*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, TH IX No. 3, h. 719-732