

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Arnould, Price & Zinkhan. (2002). *Consumers*. NewYork : McGraw-Hill.
- Arlan Tjahyadi, Rully. 2006. "Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan - Merek" *Jurnal Manajemen*, Vol.6, No.1
- Chan, Arianis, 2010, Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 6, No 1, Hal 43-58
- Mowen, JC dn Minor, M. 1998. *Consumer Behavior Fifth Edition* . New Jersey: Prentice-Hall
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Tony Sitinjak. 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta Gramedia.
- Ferdinand. Augusty 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi II. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gobel, Adriani, 2012, Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla cabang Urip di Makassar, Skripsi,
- Iriani, Nur Ida, 2011, Pengaruh Dimensi Brand Equity (ekuitas merek) terhadap keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 9 No 2
- Janita. 2005. *Inspirasi Bisnis : Perspektif Baru Dalam Strategi Branding, Bisnis, dan Karir*. Jakarta: Amara Books.
- Kartajaya. Hermawan 2004. *Hermawan Kartajaya On Branding*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Keller, Kevin Lane, 1998, "Brand Equity," in the *Handbook of Technology Management*, ed. Richard Dorf. CRC Press Inc., 12:59-12:65.
- Lee, Ganesh G. (1999), "Effects of Partitioned Country Image in the Context of Brand Image and Familiarity- A Categorization Theory Perspective," *International Marketing Review*, 16 (1), 18-39
- Munfaridin, 2010, Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat mereferensi Sepeda Motor Suzuki, Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, Skripsi

- Rizal Edy, Halim, 2002. Dampak Hubungan Kepercayaan Merek Dan Afeksi Merek terhadap Kinerja Merek, *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol. 1, no. 2. Jakarta
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Prenada Media.
- Simamora, Bilson. 2001. "Remarketing for Business Recovery, Sebuah Pendekatan Riset". Jakarta: Gramedia PU.
- Shimp, Terence. A. 2003, *Periklanan Promosi*, Jakarta : Erlangga
- Soehadi, Agus W. 2005. *Effective Branding : konsep dan aplikasi pengembangan merek yang sehat dan kuat*. Bandung : Quantum Bisnis dan Management
- Swastha. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: PT. ANDI Offset.
- Widjaja, Maya, S. Wijaya, R. Jokom, 2007. "Analitis Penilaian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shop di Surabaya". *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Vol. 3. No. 2. Hal 89 - 101. Universitas Kristen Petra. Surabaya.