

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D (1991), *Managing Brand Equity*, New York: The Free Press.
- Astuti, Sri Wahjuni dan I Gde Cahyadi (2007), Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3, *Majalah Ekonomi*, 17 (2), 2007.
- Azwar, Saifuddin (1992), *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiadi, Nang Among (2009), Analisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap Perilaku Pembelian Produk Kebutuhan Sehari-Hari, *Bisnis dan Kewirausahaan*, 2 (3).
- Chan, Arianis (2010), Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung, *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6 (1).
- Dahmiri (2008), Analisis Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Membeli Perumahan Griya Kembar Lestari di Kota Jambi, *Percikan*, 94.
- Durianto., D Sugiarto dan T Sitinjak (2004), *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: Gramedia.
- Engel, James *et al* (1994), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fadli dan Inneke Qamariah (2008), Analisis Faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Honda terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Universitas Sumatera Utara), *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1 (2).
- Ferdinand, Augusty (2006), *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: BP Undip
- Ghozali, Imam (2001), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: BP Undip.
- Hasan, Iqbal (2002), *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Humdiana (2005), Analisis Elemen-Elemen Merek Produk Nokia, *Jurnal of Marketing Manajemen*, 12 (1).
- Iriani, Nur Ida (2011), Pengaruh Dimensi Brand Equity (Ekuitas Merek) terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9 (2).
- Knapp, DE (2001), *The Brand Mindset*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks.
- Narjono, Arijno Isnoer (2012), Atribut Produk sebagai Dasar Keputusan Pembelian Susu, *Ekonomika*, 5 (1).

- Peter, Paul J dan C Jerry Olson (1999), *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, Freddi (2004), *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*, Jakarta: Gramedia.
- Sekaran, Uma (2006), *Research Methods for Business*, New York: John Wiley & Sons.
- Simamora, B (2003), *Aura Merek: Tujuh Langkah Membangun Merek yang Kuat*, Jakarta: Gramedia.
- Supramono dan Intiyas Utami, (2004), *Desain Proposal Penelitian Akuntansi dan Keuangan*, Yogyakarta: Andi Offset
- Swastha, Basu (1999), *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty.