

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity*. New York : The Free Press.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Alfabeta. Bandung. 2009.
- Ambrawati, Arie Tri Hertati. 2006. *Hubungan Persepsi Kualitas Produk dengan Intensi Membeli Sepeda Motor Honda*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 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 2007.
- David A. 2013. "Manajemen Ekuitas Merek". Jakarta: Penerbit Mitra Utama
- Drummond Helga " pengambilan keputusan yang efektif" (Jakarta, PT. Gramedia
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Sitingjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Durianto, Sugiarto, dan Tony Sitingjak. 2001. "Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Feigenbaum, A.V. 2000. *Kendali Mutu Terpadu*. Jilid 1. Edisi Ketiga. Jakarta : Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2008. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, Dhruv and Levy, Michael. 2008. *Marketing*. New York : The McGraw-Hill Companies.
- Griffin. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Edisi Revisi*. Erlangga. Jakarta. 20011.
- Hardiawan, F dan Mahdi, I. 2005. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Konsumen Terhadap Sebuah Merek Rokok (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta). *Jurnal Fokus Manajerial*, 3 (1), 11-20.
- Hasan, Ali. *Marketing*. MedPress. Yogyakarta. 2008.

- Humdiana. 2005. "Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black." *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.12, No.1 Maret 2005
- Kartajaya, H. 2010. *Brand Operation, The Official MIM (Markplus Institute of Marketing) Academy coursebook*. Jakarta: Esensi Erlangga.
- Kotler . 2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran M.M. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Hendara Teguh, Ranny A, Rusli dan Benjamin Molan. Jilid 1. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan) Jilid 9*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Lamb, Charles, Joseph F, W. Hair dan Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran Buku Dua*. Alih bahasa: David Octaveria. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Massie, Philander Varian. 2013. "Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian XL MOBILE DATA SERVICE di Kota Manado". *Jurnal EMBA*. 1(4):1474-1481.
- Mowen, John C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Nigam & Kausik, R. 2011. *Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decisions An Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana*. *International Journal of Computational and Management*. Vol. 12.
- Oentoro, Deliyanti, SE., MM. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan 12. Yogyakarta : LaksBang Pressindo.
- Orth, U., Wolf, M & Dodd, T. H. 2005. *Dimensions of Wine Region Equity and Theirs Impact on Cunsumers preference*. *Journal of Product and Brand Management*. Vol. 14, No. 2, pp: 88-97.

- Peter, J.P, Olson, J.C. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Phan, K., N. & Ghantous, N. 2013. “Managing Brand Association to Drive Costomers’s Trus and Loyalty in Vietnamese Banking”. *International Journal of Bank Marketing*. 31(6), 456–480.
Pustaka Utama, 2003)
- Rangkuti, F. 2003. *Measuring Customer Satisfaction: Gain-ing Customer Relationship Strategy*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, Etta M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi VII. Jakarta. PT. INDEKS.
- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Simamora, Bilson. 2001. “Remarketing For Business Recovery”. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Singh, Jagdip, and Deepak Sirdeshmukh. 2000. Agency and Trust Mecanism in consumer satisfaction and loyalty Judgement. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol 28 No.1. pp150-167.
- St Sudomo. 2013. Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pepsodent Di Kabupaten Bantul). *JBMA*. Vol. 1, No 2,2013. Hal 335-349
- Subianto, R. Adi. 2013. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Semarang Atas Keputusan Pembelian Ponsel Sony Ericsson.*JurnalEkonomi dan Bisnis Dian Nuswantoro*, Vol. 5, pp-65-77
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharyani, Komang. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)* Volume: 5 Nomor: 1, pp. 1-13
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data : Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suryanto S. (2013). Research Methods for Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, F. 2005. Brand Management and Strategy. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. Brand Management dan Strategy. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Wang, Jin. 2015. The relationship between brand association and brand equity in the brand relationship management. Journal of Arts and social Science, Vol. 4(1) pp. 1-6
- Widhiarta, Teguh Esa IGN. 2015. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 4 pp.832-848