

DAFTAR PUSTAKA

- Baskoro, Y., Zain D., dan Rahman F. 2004. Hubungan antara Unsur – unsur Bauran Pemasaran dengan Penciptaan Ekuitas Merek. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2(3):369-391.
- Chattopadhyay, T., Shivani, S., Krishnan, M. 2010. Marketing Mix Elements Influencing Brand Equity and Brand Choice. *Vikalpa*, 35(3):67-84.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. 2011. Semarang. Badan Penerbit Universitas diponegoro.
- Rajh .E,(2005), The Effects of Marketing Mix Elementson Brand Equity, Economic Trends and Economic Policy. *No. 102, 2005, pp. 30-59*.
- Rochaety, Ety, Ratih Tresnati, dan Abdul Madjid Latief, 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*. Edisi Pertama, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jogjakarta. Andi.
- Yoo, B., Donthu, N., dan Lee, S. 2000. An Examination of Selected Marketing Mix elements and Brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2):195-211.
- <http://coca-colamatil.co.id/products/index/40.47.107/powerade-isotonik> diakses pada tanggal 27 September
- http://www.thecoca-colacompany.com/citizenship/the_coca-cola_system.html diakses pada tanggal 27 September