

## DAFTAR PUSTAKA

- Andi M.S(2009). *Brand belief; Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba empat
- Astuti, S.W., dan Cahyadi, I.G.,(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. hal. 145 – 156.
- Cooper, D.R., & Schindler, P.S. (2011). *Business Research Method*, 11<sup>th</sup> Edition, Mc Graw-Hill Inc, New York.
- Dharmmesta, B., & Handoko, T.H.,(2000), *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Brand Equity dan perilaku merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometrika Dasar: Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Hahn, F.(2002). *Beriklan dan Bepromosi Sendiri*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama
- Hair et al., (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.

- Handoko T.H. (2002), Manajemen; Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas, Yogyakarta : BPFE.
- Hanggadhika, H. (2010). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Handphone Merek Nokia Di Semarang*. Sarjana strata 1. Universitas Diponegoro, Semarang
- Hartono. (2004). Statistika untuk Penelitian. Pekanbaru: Lembaga Studi Filsafat, Kemasyarakatan, Kependidikan dan Perempuan.
- Humdiana. (2005). “Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black”. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol.12 No.1.
- Ibrahim, M.N., (2007), Analisis Pengaruh Media Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Kota Palembang, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Palembang.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Jakarta : Erlangga
- Jogiyanto, H.M. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. edisi pertama, BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, P., & Keller, K.L., (2012). *Manajemen pemasaran, Edisi 13 Jilid. 1*. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K.L., Alih Bahasa Molan. B. (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1, PT. Indeks.

- Nugroho, (2005). *Strategi Jitu memilih Metode statistic Penelitian dengan SPSS*, Andi Yogyakarta
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif*, Jakarta : PT.Gramedia
- Roslina.(2009). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk.*Jurnal Manajemen dan Bisnis*.Vol 10,No 2.2009.ISSN: 1412 –3681.
- Rosmajidin, A. (2012). *Pengaruh Differensiasi, Positioning, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Prabayar IM3 di Maranatha*. Sarjana strata 1. Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Rosvita.(2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian The Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Santoso, S., dan Tjiptono, F. (2002). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: PT: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Model for Business A Skill Building Approach*, 4<sup>th</sup> Ed, Penerbit John Wiley and Sons Inc, New York.
- Shimp, T. (2003), *Periklanan Promosi*, Jakarta: Erlangga
- Sitinjak, T., dan Tumpal, J.R.S., (2005).Pengaruh Citra Merek dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek.*Jurnal Ekonomi Perusahaan*. Vol. 12 No. 2, pp. 166-180.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian pendidikan: Pendekatan kuatitatif, Kualitatif, dan R&D*. cetakan ke-13 oktober 2011, Alfabeta, Bandung.

Suhandang, K. (2005). *Periklanan Manajemen, kiat dan Strategi*, Bandung: Nuansa.

Suliyanto, (2005). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sunjoyo., Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., dan Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. cetakan ke-1 Februari 2013, Alfabeta, Bandung

Sunyoto, A. (2008). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI-Press.

Swasta, B., dan Irawan. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Andi, Yogyakarta.

Akbar Ibrahim.2009. Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan.

<http://digilib.unnes.ac.id/gsd/collect/p/index/assoc/HASH7d60.dir/doc.pdf>.

Diakses pada tanggal 25 Maret 2013.

(<http://yantiblog.wordpress.com>) diakses pada tanggal 25 Maret 2013.

(<http://www.gartner.com/newsroom/id/2335616>) diakses pada tanggal 25 Maret 2013.

# LAMPIRAN