

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1991). *Managing brand equity*. New York: The Free Press.
- Aaker, Jennifer L. (1991) *The Malleable Self : The Role of Self Expression in Persuasion*, Journal of Marketing Research”, Vol XXXVI, 44-57.
- Andreassen. (1994) dalam Smith and Wright, (2004) dalam Sunarto (2006)
- Arlan. (2006). *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek: Brand Reputation*.
- Arista. (20110). Analisis Pengaruh Iklan, *Brand Trust* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Telkom Speedy Di Kota Semarang.
- Assel, Henry. (1996) *Cunsumer Behavior and Marketing Action*, PWS-KENT Publishing Company, Boston.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer behaviour and Marketing Action*, 6 th ed., Thompson, NY. USA.
- Azwar, Saifudin. (2000). Penyusunan Skala Psikologi, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Budiyono, Bernard. (2004). “Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk (Studi Kasus Minat Beli Produk Baru TELKOM FLEXI di Surabaya)”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.III, No.2.
- Cenadi. (2000). *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran*. Universitas Kristen Petra.
- Churiyah dan Hagayuna. (2007). Faktor-Faktor Yang Menentukan Perilaku Pembelian Mi Instan Merek Sedaap.
- Dewa. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli, Studi Kasus StarOne di Area Jakarta Pusat.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T., (2001). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul D. Miniard. (1995). *Consumer Behavior*, Eighth Edition, The Dryden Press: Forth Word.
- Haryono. (2005). Kualitas Pelayanan Sebagai Daya Saing Bagi Perusahaan Jasa. UPN Veteran Yogyakarta.

- Ibiyanto. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Mio. Studi Kasus Di PT. Alfa Scorpii Meda.
- Indrawijaya. (2011). Pengaruh Kemasan, Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Industri Kecil Makanan Ringan Pada Supermarket di Kota Jambi.
- Jacoby, J. and Kyner, David B. (1973). "Brand Loyalty Vs. Repeat Purchasing Behavior," *Journal of Marketing Research*, 10:1-9.
- Jogiyanto. (2010). Metode Penelitian Bisnis, Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman. Penerbit: BPFE-Yogyakarta.
- Johnson, Michael D dan Anders Gustafsson. (2000). "Improving Customer Satisfaction, Loyalty And Profit", Jossey Bass., Farnisco.
- Kartika. (2008). Analisis Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Mobil Toyota Avanza Dan Daihatsu Xenia Di Meda. Univeritas Sumatera Utara.
- Kotler, Philip. Dan Amstrong. (2001). *Dasar Dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*, The Millnennium Edition, Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. (2006). "Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian", Buku Dua., Salemba Empat., Jakarta.
- Kotler. (2003). *Marketing Management*, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Mellenium, Terjemahan Teguh H, Jakarta, Prenhallindo.
- Kotler, P and Gary Amstrong. (2011). *Principles of Marketing 13<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, jilid 2*. Terjemahan oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli. 1997. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. (1999). "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty," *Journal of Market Focused Management*, 4:341-370.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.

- Mittal, Vikas., Pankaj Kumar, and Michael Tsiros. (1999). Attribute-Level Performance, Satisfaction, and Behavioral Intentions over Time: A Consumption-System Approach, *Journal of Marketing*, Vol. 63, pp. 88-101.
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*, Cetakan Keempat, dialihbahasakan oleh Zoekifli Kasip, Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Schiffman, Leon G dan Leslie L Kanuk. (1997). "Consumer Behavior"., Prentice Hall., New Jersey.
- Simamora, Bilson. (2000). *The Essences of Services Marketing*, Pemasaran Jasa, Penerbit Andi, Jakarta.
- Smith, Rodney E, and Wright, William F. (2004). "Determinants of Customer Loyalty and Financial Performance" *Journal of Management Accounting Research*. Vol.16 pg. 183, 23 pgs
- Sophianto. (2009). Analisis Pengaruh Penyusunan Kalimat Short Message Service (SMS) Yang Tepat Terhadap Prilaku Konsumen PT. Telkom Kandatel Medan. Universitas Sumatera Utara,
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Penerbit: ALFABETA.
- Suhardi. (2007). *Pengaruh Promotion Mix Rokok Clas Mild Terhadap Minat Beli Konsumen* (Studi Kasus Mahasiswa Reguler FISIP UNILA).
- Sunarto. (2006). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing.*
- Sunarto. (2006). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Tabungan Britama BRI Kanca Kendal)*
- Sundjojo, Lewi. (1994). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan Minat Konsumen Rokok Kretek Di Surabaya* (tidak dipublikasikan).
- Survei Sosial Ekonomi Nasional mengenai prevalensi merokok penduduk usia 15 tahun ke atas menurut jenis kelamin sejak tahun 1995- hingga 2010. Diakses dari: <http://ads2.kompas.com/layer/suaraanakindonesia/infografis.html>
- Stadnik, A. K. (2009). *The Importance of Packaging in Innovative Merchandising*. *Innovative Management Journal*, Poznan University College of Business and Foreign Languages.

- Ujianto dan Abdurachman. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung.
- Yuliasuti. (2010). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Hand And Body Lotion Citra Di Surabaya Selatan. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Wibisaputra. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3Kg* (Di PT. Candi Agung Pratama Semarang).
- Wu, Shwu-Ing., Chen-Lien Lo. (2009). The influence of core-brand attitude and consumer perception on purchase intention towards extended product, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 21, No. 1, pp. 174-194.