

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A., David, 1991, “*Dimensions of Brand Personality*”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 34, No. 3.
- Aaker A., David, 1991, “*Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name*”, Free Press, New York. PP, 15-16
- Aaker A., David, 1996, “*Building Strong Brands*”, New York : Free Press.dengan SPSS. Penerbit PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- BoongheeYoo, *et al.* (2000). An Examination of Selected marketing Mix Elements and Brand Equity. *Academy of Marketing Science Journals*, Vol.28, no 2, p.195-211.
- Deny Kurniawan. (2008). *Forum Statistika*. Diaksesdari<http://ineddeni.wordpress.com>.
- Drs. Djaslim Saladin (2004). *ManajemenPemasaran (analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian)*. Edisi 3, Penerbit CV Linda Karya. Bandung.
- Engel James F et all. (1994). *PerilakuKonsumen (Consumer Behaviour)*. Diterjemahkanoleh Drs. F.X. Budiyanto, edisi 6, jilid 1. PenerbitBinarupaAksara. Jakarta.
- Ferdinand A, (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 2, Seri PustakaKunci 03/BP UNDIP
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan keempat. Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2008). *Struktural Equation Modeling (Teori, Konsep, dan Aplikasi Dengan Program)*. Edisi kedua. Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ketiga. Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, Jill. 2003, *Customer Loyalty : Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan pelanggan*, Edisi revisi dan terbaruh Bahasa Indonesia, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (1998) *Multivariate Data Analysis*, 5th ed, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Daftar Pustaka

- Hartono, J. (2004). *Statistika untuk Penelitian*. Lembaga Studi Filsafat, Kemasyarakatan, Kependidikan dan Perempuan. Pekanbaru.
- Hartono, J. (2007). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Penerbit BPFE UGM. Yogyakarta.
- J. Paul Peter, Jerry C. Olson (2005). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 7th edition. McGraw-Hill. New York.
- J. Paul Peter, Jerry C. Olson. 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1, edisi 4. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, terjemahan. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, terjemahan. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, terjemahan. Penerbit PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Woldemar (2006). *B2B Brand Management*. Diterjemahkan, Natalia Ruth Sihandri. Penerbit PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Lamb, Charles W. Jr, Joseph F. Hair, Carl Mc. Daniel, 2001, *Pemasaran*, diterjemahkan oleh David Octarevia, Edisi I, Jilid 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- McMillan, J. H. dan Schumacher, S. (2001). *Research in Education*. Addison Wesley Longman, Inc. New York.
- Rangkuti, F. (2002) : “*The Power Of Brand* “ , *Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. PT Gramedia pustaka Utama, Jakarta.
- Saladin, Djaslim, 1999, *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*, Penerbit Linda Karya.
- Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Penerbit Pustaka Setia. Bandung.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono (2004). *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.

Daftar Pustaka

Santoso, S (2002), “*BukuLatihan SPSS, StatistikMultivariat,*” Elex media Komputindo, Jakarta.

Santoso, S (2004), “*MengatasiBerbagaiMasalahStatistikdengan SPSS Versi 11.5,*”CetakanKedua, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sarwono, Jonathan. (2007). *AnalisisJaluruntukRisetBisnisdengan SPSS*. Penerbit ANDI OFFSET. Yogyakarta.

Sekaran, Uma. (2000), *Reasearch Method For Business: A Skill Building Approach*,4thed., New York : McGraw-Hill Co., Inc.

Stanton, J., William and Charles Futrell, (1994), Edisi 8 *Fundamental of Marketing*. New York : McGraw-Hill Co., Inc.

Steven A. Taylor, Kevin-Celuch; Stephen Goodwin. (2004), “*The Importance of Brand Equity to Customer loyalty*”, 13, 4/5.

Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. PenerbitAlfabeta. Bandung.

Tjiptono, Chandra, Diana. (2004), “*Marketing Scales*”, PenerbitAndi, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, (2004), Edisi 3. *ManajemenJasa*. Yogyakarta : YayasanAndi

Tjiptono, Fandy. (2005), “*Brand Management & Strategy*”,PenerbitAndi, Yogyakarta

<http://infopublik.kominfo.go.id/>

(<http://www.teknojurnal.com/2011/04/18>)

(Aida, 2007:146)

Source:<http://www.mobile88.com>