

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A,david. 1991, *Managing Brand Equity, Capitalizing On the Value Of a Brand Name*, New York The Free Press.
- Arikunto, Suharsini, 2002, "*Prosedur Penelitian*", PT Rineka Cipta, Yogyakarta.
- Azwar, Syaifuddin. 2009. *Validitas dan Reliabilitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bearden, Carlson, and David M. Hardesty, 2002. "*Brand Familiarity and Invoive Price Effect on Consumer Evaluation: The Moderating Role of Skepticism toward Advertising*". *Journal of Advertising*. Volume XXXI.
- Basu Swasta DH, dan T. Hani Handoko, (1987), "*Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*", Edisi Kesatu, Cetakan Kedua Liberty, Yogyakarta.
- Damodar Gujarati, (1995), *Ekonometrika*, Penerbit : Erlangga
- Dharmmesta, B. S & Irawan. (1990), "*Manajemen Pemasaran Modern*", Yogyakarta : Liberty.
- Dharmmesta, B.S & Handoko T. Hani. (1997), "*Manajemen Pemasaran*", Yogyakarta : Liberty.
- Grewal, Dhruv, Noward Marmostein, and Arun Sharma, 1996. "*Communicating Price Infrmation through semantic cues: the moderating effects f situation and discount size*", *Journal of Consumer Research*, Volume 23.
- Husien Umar. (2000), "*Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*", Jakarta : JBRC.
- James F. Engel (1995), "*Perilaku konsumen*" Alih Bahasa Budiyanto, Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Kaplan, Robert M & Dennis P. Saccuzzo. 1993. *Psychological Testing Principles, Application, and Issues*, California: Brooks/Cole Publishing Company, Pasific Group.
- Kotler, Amstrong 1997, "*Prinsip Prinsip Manajemen*", Jilid I, edisi 8, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Amstrong 2001, "*Prinsip Prinsip pemasaran*", Jilid I, edisi 8, (Diterjemahkan damos Sihombing) Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, PT Perhallindo , Jakarta.
- Laroche, Michel, Kim Chankon and Zhou Lianxi, 1996. "*Brand Familiaruty and confidence as determinan of Purchase Intention: an Empirical test in Multiple Brand Context*". Journal of Business Research, Volume. 37.
- Loudon, Davind and AJ Della Bitta (1993), *Consumer Behavior : Concepts and Application*, 3rd ed, Singapore:Mc.Graw Hill Book.
- Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi, 1989. *Metode Survei*, Edisi Revisi, LP3ES, Jakarta
- Natzir, Moh.. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 1999, "*Metode Penelitian Bisnis,Edisi Kesatu*", BPFE, Yogyakarta.
- Obermiller, Carl and Spangeberg R.,1998. "*Development of Scale to Measure Consumer Skepticism toward Advertising*". Journal f Consumer Pshycology, Vol.7.
- Rangkuti, 2002, "*The Power Of The Brand Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek*", PT Gramedia Pusaka Utama.
- Soehardi Sigit, 1999, "*Pengantar Metode Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*", Lukman Offset, Yogyakarta
- Sony Kusumasonjaya, 2005, "*Brand Community Strategi Penciptaan Costumer Value Melalui Hubungan Emosional Antara Merek Dan Pelanggannya*", Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga .
- Sugiyono (1999). "*Metode Penelitian Bisnis*", Edisi Revisi, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono (2007) ."*Statistika Untuk Penelitian*", CV Alfabeta, Bandung.
- Supranto, J., 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi, Jilid 1, Edisi ke 6*, Jakarta: Erlangga.

Sri Wahjuni Astuti, 2004. dalam jurnal "*Pengaruh Brand Familiarty dan sikap skeptis pada infrmasi harga dalam iklan terhadap minat beli konsumen (Produk deterjen merk Soklin MB di Kota Mojokerto)*", Majalah Ekonomi, Vol XIV, No 1, 1 April 2004.

Rasyid, Harun Al, 1993. *Metoda sampling dan Penskalaan*, Jurusan Statistika Universitas Padjadajaran.

Thamrin, Sylvia Denada. 2003. "*Studi Mengenai Proses Adopsi Pasca Konsumen Masa Tayang Iklan Produk "Xon-Ce" di Surabaya*". Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol.II, No.2 September 2003 hal. 141-154.

Natzir, Moh.. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia.