

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A, David. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Angipora, Marius P. (1999). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Aprillia, Ariessa. (2006). Penilaian Sikap Terhadap Iklan, Sikap Terhadap Merek, Iklan Komparatif Tidak Langsung, Iklan NonKomparatif Serta Niat Beli. *Unpublished Thesis S-2*. Universitas Gadjah Mada. Jogjakarta.
- Arlan Tjahyadi, Rully. (2006). “Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek”. *Jurnal Manajemen*, Universitas Kristen Maranatha. Volume 6 Nomor 1: Hal 63-76.
- Bambang Tri Cahyono. (1999). *Kasus-kasus Manajemen Pemasaran*. Jakarta: IPWI.
- Boyd, Walker, Lerreche. (2000). *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Danibrata, Aulia. (2008). “Pengaruh Perluasan Merk Terhadap Citra Merk Pada Produk-Produk Pepsodent”. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Trisakti School of Management. Volume 10 Nomor 1: Hal 37-46.
- Fuad, M. (2005). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gujarati, Damodar N. (2003). *Basic Econometrics, Fourth Edition*. New York: McGraw-Hill Companies Inc.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. (2002). *Pokok-pokok Materi Statistik Satu Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hastjarja, Dwi. (2005). “Upaya Membangun Ekuitas Merek melalui Periklanan yang Efektif”. *Usahawan* No.04 TH XXXIV April 2005.
- Hermawan, Arris. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Konsumen. *Unpublished Skripsi S-1*. Universitas Kristen Maranatha. Bandung.

- Irawan, Handi. (2003). *Indonesian Customer Satisfaction*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Irawan., Faried, Wijaya., Sudjoni. (1996). *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Yogyakarta: BPFE.
- Keller, Kevin Lane. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice hall.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid Satu, Terjemahan*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Edisi Sebelas*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip., A.B. Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip., Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid Satu Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, John C., Michael Minor. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, B. A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Rahayu, Sri. (2005). *SPSS Versi 12.00 Dalam Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek-Plus Analisis Kasus Dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riana, Gede. (2008). "Pengaruh Trust In A Brand Terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Air Minum Aqua di Kota Denpasar". *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, Universitas Udayana. Volume 13 Nomor 3: Hal 184-196.
- Saladin, Djaslim. (2004). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Santoso Singgih dan Fandy Tjiptono. (2002). *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Santoso, Singgih. (2004). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (2002). *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (2000). *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (1999). *SPSS: Mengolah Data Statistik Secara Profesional Versi 7.5*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku dua Edisi Empat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. (2002). *Aura Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soehadi, Agus W. (2005). *Effective Branding: Konsep Dan Aplikasi Pengembangan Merek Yang Sehat Dan Kuat*. Bandung: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Sudarmanto, R. Gunawan. (2005). *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2004). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS.
- Surachman S A. (2008). *Dasar-dasar Manajemen Merek: Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Brand Management Dan Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy., Yanto Chandra., Anastasia Diana. (2004). *Marketing Scales*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif Edisi Dua*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wibisono, Dermawan. (2000). *Riset Bisnis Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.

Majalah SWA Sembada. (2007). *Indonesia Best Brand 2007*. No ISSN 0215-0050. No. SWA 16/XXIII/26 JULI - 8 AGUSTUS 2007.

Majalah SWA Sembada. (2008). *Indonesia Best Brand 2008*. No ISSN 0215-0050. No. SWA 18/XXIV/21 AGUSTUS – 3 SEPTEMBER 2008.

[www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id).