

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*, dialihbahasakan oleh Aris Ananda. Penerbit Mitra Utama, Jakarta.
- Adiwijaya, Michael. (2005). Perluasan Merek: "Strategi Jitu Peluncuran Produk Baru". *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Vol 1. No 2.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R. L., and Black, W.C. 1998. " *Multivariate Data Analysis*., 5th Edition. Upper Saddle River, Prentice Hall.inc. New Jersey.
- Hasan, Iqbal. (2002). " *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- James, Bettman. (1973). Perceived Risk and Its Components: A Model and Empirical Test. *Journal of Marketing Research*, hal 184.
- Keller, (2003), " *Strategic Brand Management*", Prentice Hall, New Jersey.
- Keller, K.L, dan Aaker, David. (1992). The Effect of Sequential Introduction of Brand Extensions. *Journal of Marketing Research*, hal 35.
- Kotler, Philip. (2007). " *Manajemen Pemasaran*". Dialihbahasakan oleh Molan, B Edisi 12. Prentice Hall, Prehallindo, Jakarta.
- Laforet, Sylvie. (2007). British Grocers' Brand Extension in Financial Services. *Journal of Product & Brand Management*, hal 82-97.
- Paramitha, Fransisca. (2007). *Pengelompokkan Konsumen Berdasarkan Dimensi Brand Trust Merek Produk Nokia*, Skripsi, Program Strata 1 Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Permadi, (2008). *Pengaruh Brand Trust dan Brand Affect Pada Brand Performance: Brand Loyalty Sebagai Faktor Mediasi (Studi Kasus Choffee Shop Starbucks.)* Skripsi, Program Strata 1 Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).
- Reast, John. (2005). Brand Trust and Brand Extensions Acceptance: The Relationship. *Journal of Product and Brand Management*, hal 4.

Santoso, Singgih. (2006). *Analisis Statistik Multivariat*. Penerbit Elek Media Komputindo, Jakarta.

Soehadi, Agus. (2005). *Effective Branding*. Penerbit Quantum Bisnis dan Manajemen. Bandung.

Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung.

Tandayu, Ericko Steven. (2008). *Pengaruh Attitude, Perceived Behavioral Control dan Moral Obligation Pada Intentions Pembajakan Produk Digital (Study Kasus: Software, DVD, CD, MP3, dan VCD)* Skripsi, Program Strata 1 Universitas Kristen Maranatha, Bandung (tidak dipublikasikan).

Delgado, B. Elena. (2005). Does Brand Trust Matter to Brand Equity? *Journal of Product and Brand Management*, hal 184.

Company Profile, diakses dari <http://www.samsung.com/id/aboutsamsung/index.html> pada 1 Oktober 2008

Company Profile, diakses dari <http://id.lge.com/about/about.jsp> pada 1 Oktober 2008