

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (1991). *Managing brand equity*. The Free Press. New York .
- Aaker, David A. (2001). *Strategic Market Management*. USA : John Wiley & Sons INC.
- Alpern, K. D. (1997). What Do We Want Trust to Be Some Distinctions of Trust Business and Professional Ethics Journal 16 (1-3). h.29-46.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian*. Penerbit Cipta, Jakarta, Edisi Revisi V.
- Assael, H. (1998), *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th ed. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Buttle, Francis. (2007). *Customer Relationship Management*. Jakarta: Alih Bahasa Arief Subiyanto. Bayu Media Publishing
- Chaudhuri, Arjun & Holbrook, Morris B (2001), “*the chain of effect from brand trust and brand affect to brand performance*” : “*The role of brand loyalty*”, journal of marketing, 65 (april): 81-93
- Darmmesta, Basu Swasta. (1999). “Loyalitas Pelanggan. Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol 14/3: 73-88.
- Dasgupta, P. (1988). Trust as a Commodity. in D. G. Gambetta (ed.). *Trust* (Blackwell, Oxford). h.49-72.
- Durianto, Damardi. Et al. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramrdia Pustaka Utama.
- Fajrianthi dan Farrah, Zatul. (2005). *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*. *INSAN*. No. 3. Volume 7. Halaman 276 – 288.
- Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Hair, Joseph F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 6th Edition. Pearson PrenticeHall, Inc. New Jersey.
- Jogiyanto. (2007). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. BPFE, Yogyakarta.

- John C. Mowen, Michael Minor, Alih Bahasa; Lina Salim. (2002),
Prilaku Konsumen, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Keller, Kevin L.(2003). *Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 2nd ed
New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta:
Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Millenium.
(Diterjemahkan oleh : Hendra Teguh dan Benjamin Molan). Jakarta :
Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Millenium.
(Diterjemahkan oleh : Hendra Teguh dan Benjamin Molan), Penerbit
Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Millenium.
(Diterjemahkan oleh : Hendra Teguh dan Benjamin Molan),
PenerbitPrenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin, L. Keller. (2006). *Marketing Management*. 12th Edition.
New Jersey : person Education, Inc.
- Kotler, Philip and waldemar, pfoertsch. (2008). “B2B Brand Management”, : PT.
Gramedia Pustaka Utama.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. (1998). *Pemasaran*. Buku 1. Edisi Bahasa Indonesia.
Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Moorman, C., R. Deshpande, & G. Zaltman. (1993). Factors Affecting Trust in
Market Research Relationships. *Journal of Marketing*, January, Vol. 57,
No.1, pp. 81-101.
- Mowen. John C / Michael Minor. (2001). *Perilaku Konsumen*, Penerbit Erlangga,
Jakarta.
- Mowen, John, C, and Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi
Kelima. PT Penerbit Erlangga.
- Oliver, R.L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, Vol. 63, pp.
33-44.
- Peter, J. Paul, dan Olson, Jery C. (1999). *Perilaku Konsumen dan Strategi
Pemasaran*. Edisi 4. (Diterjemahkan oleh : Damos Sihombing), Penerbit
Erlangga, Jakarta.
- Rangkuty, Freddy. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka
Utama.

- Santoso S, (2004). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS*. Edisi kedua., PT Gramedia, Jakarta
- Schiffman Leon G & Kanuk Leslie L, (2007). *Perilaku konsumen*. Edisi ketujuh. PT indeks.
- Sekaran, Uma. (2003), *Research Method for Business A Skill – Building Approach*, 4th Edition. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono, (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suliyanto,(2005). *Analisis data dalam aplikasi pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Swan, J.E., Nolan, J. (1985), "Gaining Customer Trust: A Conceptual Guide for the Salesperson", *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol. 5, pp.39-48.
- Tjiptono, Fandy, (2005), *Brand Management and Strategy*, Edisi 1, Yogyakarta, Andi.
- (<http://www.telkomflexi.com/index.php/promo/flexi-irit-mingguan-extra.html>)
- Hendriani, Lis dan Akmar Afandi. (2008).*Ketika Saatnya Tiba. Marketing Xtra*.
www.mix.co.id.