

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Brand Management*. Penerbit Spektrum Mitra Utama, Prentice Hall (terjemahan), Jakarta.
- Ahuvia, A.C., & Carrol, B.A. (2006). *Some Antecedents and Outcomes of Brand Love*. *Spinger Science+Business Media, Inc.* hal 80-88.
- Azwar, Azrul, DR. Dr. M.P.H. (2001). *Metode Penelitian*. Edisi Ketiga, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- C. Olson Jerry., & Peter J. Paul. (2000). *Winning The Marketing*. Penerbit Interaksara, Jakarta.
- Cravens, David. (1996). *Pemasaran Strategis*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Djarmiko, Edy. (2009). *Word of Mouth* sebagai cara penyampaian informasi dari orang-orang. *Majalah SWA Sembada* 16 - 29 April 2009, hal 29.
- Fournier, S., & Mick, D.G. (1999). Rediscovering satisfaction. *Journal of Marketing*, 63, 5-23.
- Hakim, Muhammad Aziz. (2005). *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, Edisi Kedua, Penerbit Renaisan, Jakarta.
- Hair, Jr., J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.W. (1998). *Multivariant Data Analysis. 5th Edition*, NJ: Prentice-Hall Internasional, Inc, America.
- Kartajaya, Hermawan. (2004). *Marketing in Venus Playbook*, Volume One, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Keegan, Warren., (1999). *Manajemen Pemasaran Global*, Edisi Kedua, Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- Keller., Kevin Lane., & Philip Kotler. (2006). *Marketing Management*. Penerbit Prentice Hall (terjemahan), New Jersey.
- Keller., Kevin Lane. (2008). *Building, Measuring and Managing Brand Equity, 2th edition*, Prentice Hall Pearson Education Internasional, New Jersey.
- Kotler., Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Lindstrom., Martin., & Seybold., Patricia B., (2007). *Top Brand Anak & Remaja*. Edisi Pertama, Penerbit PPM (terjemahan), Jakarta.
- Lupiyoadi., Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, Nareshk., (2004). *Marketing Research-An Applied Orientations*. New Jersey: Prentice Hall, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.
- Ma'ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Mowen, John.C., & Minor, Michael., (2001). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Oliver, R.L. (1999). Whence consumer royalty? *Journal of Marketing*, 63 (Special Issue), 33-44.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The Power of Brands*. Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Reichheld, F.F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, 81, 46-54.
- Riana, Gede. (2008). "Pengaruh Trust in a Brand Terhadap WOM pada Konsumen Air Minum Aqua di Denpasar". *Jurnal Buletin study Ekonomi*. Vol 13/2. Hal 184-202.
- Robert, K. (2004). *Lovemarks: The Future Beyond Brands*. New York: Power House Books.
- Santoso, Singgih., & Fandy Tjiptono. (2004). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Santoso, Singgih. (2006). *Seri Solusi Bisnis Berbasis Ti menggunakan SPSS untuk Multivariant*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Santoso, S. (2004). "Mengatasi Berbagai Masalah Statistic Multivariant". Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Edisi Kedua, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, Leon G., & Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*. Edisi Kedelapan, Penerbit Pearson Prentice Hall Internasional, USA.
- Sekaran, U. (2000). *Research Method for Business : A Skill-Building Approach*. Edisi Ketiga, Penerbit John Wiley & Sons, New York.

- Sekaran, Umar. (2006). *Research Methods For Business*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Seligman, C., Fazio, R.h., & Zanna, M.P. (1980). Effect of salience of extrinsic reward on liking or loving. *Journal of personality and social psychology*. Hal 23-34.
- Sheth. Jagdish., & Mittal Banwari. (2004). *Consumer Behavior: A Manajerial Perspective*. Edisi Kedua, Penerbit Thompson South-Western, United State of America.
- Shimp, T.A., & Madden, T.J. (1988). Consumer-object relations: a conceptual framework based analogously on sternberg's triangular theory of love. In: Houston M.J. (ed.), *Advances in consumer research*, Provo, UT: Association for Consumer Research, vol. 15 pp. 163-366.
- Solomon, Michael.R. (1999). *Consumer Behavior*. Edisi Keempat, Penerbit Prentice Hall International, USA.
- Stanton, William J., Michael J. Etzel., & Bruce J. Walker. (2005). *Fundamentals of Marketing*, 10th Edition, New York.
- Sternberg, R.J. (1987). Liking versus loving: a comparative evaluation of theories. *Psychological Bulletin*, 102, 331-345.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Administrasi*. Penerbit ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono. (2004). *Statistik Untuk Penelitian*. Penerbit ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono. (2005). *Statistik Untuk Penelitian*. Penerbit ALFABETA, Bandung.
- Supranto, J. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Sunaryo. (2008). *Perilaku Organisasi*. Penerbit Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Surjaatmadja, Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Edisi Pertama, Penerbit Bayumedia, Malang.
- Waringin, Tung Desem. (2008). *Marketing Revolution*. Edisi Pertama, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

<http://www.asia-patent.com/>

<http://www.google.com/>

<http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/promarketing/2003/1007/prom1.html>

<http://www.suamerdeka.com/harian/0511/12/eko.14.html>

<http://www.unilever.com/>