

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A, 1991, *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value Of A Brand Name*, United States of America: The Free Press.
- Aaker, D.A, 1996, *Building Strong Brands*, United Kingdom: Free Press Business.
- Champion, Dean J, 1981, *Basic Statistics Fof Social: Research Second Edition*, Mac Millan, New York.
- Indriantoro, Nur Supomo, dan Bambang, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi & Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Keegan, 2001, *Manajemen Pemasaran Global*, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedelapan*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Millenium*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, Edisi Kesebelas*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Lamb, Charles W., Joseph F.Hair, Jr.,Carl McDaniel, 2001, *Pemasaran, Jilid I dan II, Edisi Pertama*, Salemba Empat, Jakarta.
- Olsen, Jery C. Dan J. Paul Peter, 2000, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Jilid II*.
- Rahayu, Sri, 2005, *SPSS versi 12.00*, Alfabeta, Bandung.
- Rangkuti, Freddy, 2002, *The Power of Brands*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Santoso, Singgih, dan Fandy Tjiptono, 2000, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

- Sekaran, Uma, 2006, *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat Jakarta.
- Singarimbun, M dan Effendi S, 1995, *Metode Penelitian Survai*, LP3ES, Jakarta.
- Sudjana, Prof., DR., MA., M.Sc., 1997, *Statistika: Untuk Ekonomi dan Niaga, Jilid II, Edisi Ketiga*, Tarsito, Bandung.
- Suprpto, Johanes, 1992, *Sampling Untuk Pemeriksaan*, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Trout, J & S Rivkin, 2001, *Differentiate Or Die: Survival In Our Era Of Killer Competition*, Erlangga, Jakarta.
- Umar, Husein, 2005, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Aaker A., David, 1991, "*Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*". Free Press, New York. PP.15-16.
- Peter, J. P., dan Olson, J.C. (2000). "*Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran,*" dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA.. Edisi 4. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono, Prof., DR., 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, CV Aflbeta, Bandung.
- Jogiyanto, Prof., DR., H.M., M.B.A., Akt., 2007, *Metode Penelitian Bisnis Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*, Universitas Gadjadarda, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy.(2005). "*Brand Management & Strategy*". Yogyakarta: Andi:
- Kotler, Philip, *Marketing Management*, 11th edition, New Jersey: Prentice Hall Inc, 2003

Hong Lin, Nan, dan Bih-Syah Lin (2007) The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of Management Studies*, hal.121-132.

Chao Zhu, Bing, dan Song Xue Jiang (2008) *A study of brand image of ANTA Company in China's sportswear market*. Master Tesis (International Marketing) Mardalen University.

Surjaatmadja, Surachman (2008) "*Dasar-Dasar Manajemen Merek, Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan*", Bayumedia Publishing, Malang.

Robert M.Kaplan & Dennis P.Saccuzo "*Phsycological Testing Principles, Application, And Issues*", Brooks/Cole Publising Company, Pasific Grove, California, 1993.

Andreas, 2007, "*Hubungan Citra Merek dan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe dan Resto The View Bandung)*", Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).