

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek :Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. (Diterjemahkan oleh : Aris Ananda). Jakarta: Penerbit Spektrum Mitra Utama.
- Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Aaker, David A. (2001). *Strategic Market Management*. USA : John Wiley & Sons INC.
- Blackstone, Elena Delgado and Jose Lius Manuera – Aleman. (2001). “*Brand Trust In Context of Consumer Loyalty*”. *European Journal of Marketing*. Vol 35 (11/12).
- Dutka, Alan. (1994). *Hand Book for Customer Satisfaction*. NTC Business Book. Lincolnwood, Illinois.
- Fajrianthi dan Farrah, Zatul. (2005). *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*. *INSAN*. No. 3. Volume 7. Halaman 276 – 288.
- Foedjiawati dan Hatane Samuel. (2007). *Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai Dan Persepsi Peluang Keberhasilan Terhadap Niat Menyampaikan Keluhan (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi Aig Lippo Surabaya)*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 2. No. 1. Halaman 43-58.
- Ford, K. (2005). *Brands Laid Bare*. London: John Wiley & Sons, Ltd.
- 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.
- Hendriani, Lis dan Akmar Afandi. (2008). *Ketika Saatnya Tiba. Marketing Xtra*. www.mix.co.id.
- Keller, Kevin L.(2003). *Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 2nd ed New Jersey: Prentice Hall.
- 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). Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Millenium. (Diterjemahkan oleh : Hendra Teguh dan Benjamin Molan). Jakarta : Prenhallindo.

- Lamb, Hair, Mc Daniel. (1998). *Pemasaran*. Buku 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Salemba 4.
- Lau, Geok Then and Sook Han Lee. (1999). “*Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*”. *Journal of Market Focused Management*.
- Luciana, Wenny. (2009). *Pengaruh Trust in a Brand (Brand Characteristic) Terhadap Brand Loyalty Konsumen Pengguna Ponsel Sony Ericsson*. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Universitas Kristen Maranatha. Bandung.
- Peter, J. Paul, dan Olson, Jerry C. (1999). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4. (Diterjemahkan oleh : Damos Sihombing). Jakarta : Erlangga.
- Rangkuty, Freddy. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riana, Gede. (2008). *Pengaruh Trust in a Brand Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Air Minum Aqua di Kota Denpasar*. *Buletin Studi Ekonomi*. Volume 1. Nomor 2. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Universitas Udayana, Denpasar.
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*. Second Edition. New York: John Willey & Sons, Inc.
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business, A Skill Building Approach*. 4th Edition. New York: John Willey & Sons, Inc.
- Shimp, A. Terence. (2003). *Periklanan & Promosi*. Edisi 5. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Susanto, A.B and Wijanarko, H. (2004). *Power branding*. Bandung : Quantum.
- Tjahyadi, Rully Arlan dan Allen Kristiawan. (2007). *Pengaruh Trust in a Brand Pada Brand Loyalty : Peran Brand Trust Sebagai Faktor Pemeditasi*. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen. Universitas Kristen Maranatha. Bandung.
- Widayat dan Amirullah. (2002). *Riset Bisnis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

www.halalguide.com

www.nugreentea.com