

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1997). "*Manajemen Ekuitas Merek*," dialihbahasakan oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Cahyadi, Adi., (2008). " Pengaruh *Brand Awareness* pada *Brand Trust: Brand Image* Sebagai Faktor Mediasi" Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Cahyadi, Hadi., (2007). "*Pengaruh Brand Relationship Pada Perilaku Pembelian Produk : High Involvement & Low Involvement*," Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Delgado, Elena, (2004), "*Does Brand Trust Matter to Brand Equity?*", The Journal of Product and Brand Management, Vol.14 No2/3.
- Esch, F.R., Langner, T., Schmitt, B.H., Geus, P., (2006). "*Are brand forever? How brand knowledge and brand relationship affect current and future purchases*," *Journal of Products & Brand Management*, 15 (Februari): 98-105.
- Fuad, M., H., Christine, Nurlela, Sugiarto, dan Y.E.F, Paulus. (2000). "*Pengantar Bisnis*," Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam., (2005). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*," Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R. L., and Black, W.C. (1998). "*Multivariate Data Analysis*," 5th ed. New Jersey: Upper Saddle River, Prentice Hall.inc.
- Ha, Youl H., and Perks, H. (2005). "*Effects of Consumer Perceptions of Brand Experience on The Web: Brand Familiarity, Satisfaction and Brand Trust*" *Journal of Consumer Behaviour*; Dec 2005 Page 438.
- Iqbal Hasan, 2002, *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*, PT.Bumi Aksara, Jakarta.
- Keller, Kevin Lane, (2001), "*Building Costomer-Based Brand Equity*", *Marketing Management*; 10,2

- Kotler, Philip. (1997). *“Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol”*, diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny Rusli, Edisi Revisi, Jilid 1, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2003). *“Manajemen Pemasaran,”* diahlihabasakan oleh Molan, B Edisi 11. Jakarta: Prentice Hall, Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid Kesatu dan Kedua, PT.Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, P., and Keller, K. (2006). *“Marketing Management,”* 12th ed., Upper Sable River, New Jersey: Prentice Hall.Inc.
- Magdalena, Nonie (2005). *“Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli dan Menkonsumsi Makanan Ringan,”* Tesis, Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada (tidak dipublikasikan).
- Nazir, M. (2003). *“Metode Penelitian,”* Edisi 5. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nolen, Jeammy (2008). *”Pengaruh Brand Awareness Pada Minat Beli Kembali Konsumen Dimediasi oleh Brand Image Dan Brand Trust,”* Tesis, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Paramita, Fransisca., (2007). *”Pengelompokkan Konsumen Berdasarkan Dimensi Brand Trust Merek Produk Nokia,”* Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Sekaran, U. (2003), *“Research Methods for Business: A Skill Building Approach,”* 4th ed., New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiyono. (2003). *“Metode Penelitian Administrasi”*, Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Spiegel, Murray R. (1992), *“Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan control,”* diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny Rusli, Edisi Revisi, Jilid 1, Jakarta: Prenhalindo.
- Tjiptono, Fandy. (2005), *“Brand Management & Strategy”*, Penerbit Andi: Yogyakarta.

<http://www.google.com>

<http://www.Honda.com>