

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi (2002). Edisi Revisi V. "Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek". Jakarta: Rineka Cipta.**
- Assauri, Sofjan (2004). "Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)". Jakarta: Raja Grafindo.**
- Belch, G.E and M. A. Belch. (2004). 6th edition. "Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective". New York: The McGraw-Hill/Irwin.**
- Biels, Alexander. L. (1992). "How Brand Image Drives Brand Equity". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.**
- Dajan, Anto (1986). Cetakan Kedelapanbelas. "Pengantar Metode Statistik", Jilid 1 dan 2. Jakarta: LP3ES.**
- Hasan, Iqbal (2002). "Pokok-pokok Materi Statistik II". Jakarta: Bumi Aksara.**
- Kartajaya, Hermawan (2003). "Markplus On Strategy". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.**
- Kotler, Philip (2000). 10th Edition. "Marketing Management", Jilid 1 dan 2. Jakarta: Prenhallindo.**
- Kotler, Phillip (2002). "Manajemen Pemasaran", Jilid 1 dan 2, diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Benjamin Molan. Jakarta: PT Prenhallindo.**
- Kotler, Philip (2003). 11th Edition. "Marketing Management", Jilid 1 dan 2. Jakarta: Prenhallindo.**

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2001). Edisi 8. "Marketing Principles",**  
Jilid 1 dan 2, diterjemahkan oleh Wilhemus W. Bakowastun. **Jakarta:**  
**Erlangga.**
- Kotler, Philip dan Gary Amrstrong (2003). "Prinsip-Prinsip Pemasaran",** Jilid  
1 dan 2. **Jakarta: Erlangga.**
- Nasir, M. (2003). "Metode Penelitian". Jakarta : Ghalia Indonesia.**
- Rangkuti, Freddy (2004). "The Power of Brand". Jakarta: PT. Gramedia**  
**Pustaka Utama.**
- Santoso, Singgih (2000). "Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik". Jakarta:**  
**PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.**
- Santoso, Singgih (2001). "SPSS Versi 10 Mengolah Data Statistik Secara**  
*Profesional". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.*
- Simamora, Bilson (2004). Cetakan Kedua. "Panduan Riset Perilaku**  
*Konsumen". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.*
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi (1995). Edisi Revisi. "Metode Penelitian**  
*Survai". Jakarta: LP3ES.*
- Sugiyono (2007). "Metode Penelitian Bisnis". Bandung: CV. Alfabeta.**
- Sulaiman, Wahid (2002). "Jalan Pintas Menguasai SPSS 10". Yogyakarta:**  
**Andi.**
- Sutisna dan Teddy Pawitra (2001). "Perilaku Konsumen dan Komunikasi**  
*Pemasaran". Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.*

**Titis Rahma Rositasari (2007).** *"Pengaruh Brand Image Pelanggan simPATI Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang"*. **Malang: Universitas Brawijaya.**

**Basu Swastha, DH dan Handoko T, Hani (2000).** Edisi pertama, cetakan ketiga. *"Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen"*. **Yogyakarta: BPFE.**

**Temporal, Paul and Martin Trott (2001). International Edition.** *"Romancing the Customer: Maximizing Brand Value Through Powerful Relationship Management"*. **Wiley Publishing.**

**Tjiptono, Fandy (2005). Edisi Pertama.** *"Pemasaran Jasa"*. **Malang: Bayumedia Publishing.**

**Widayat (2004).** *"Metode Penelitian Pemasaran (Aplikasi Software SPSS)"*. **Malang: UMM Press.**