

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. (1991). *“Managing Brand Equity”*. 5th ed. New York: The Free Press.
- Aaker, David, A. (1997). *“Manajemen Ekuitas Merek”*. Jakarta: Mitra Utama
- Assael, H. (1998). *“Consumer Behavior”*. 6th ed. Cincinnati, OH: South Western College Publishing.
- Assael, H. (2001), *“Consumer Behavior,”* 6th ed. Cincinnati, OH: South Western College Publishing.
- Ballester, Elena Delgado. (2003). ”Development and Validation of a Brand Trust Scale”, *International Journal Market Reseach*.
- Ballester, Elena Delgado, and Aleman, Jose Luis M. (2001). ”Brand Trust in The context of Consumer Loyalty”. *European Journal of Marketing*, Pg. 1238-1258,35, 11/12.
- Basri, Marwan. (1991).” *Pemasaran”*. Yogyakarta : Percetakan AMP YPKN.
- Carthy, Mc.E. Jerome, William D. Perreault, Jr. (1993). *“Dasar-dasar Pemasaran”*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Chaudhuri, Arjun, and Holbrook, Moris B. (2002). “Product-Class Effect on Brand Commitment and Brand Outcomes: The Role of brand Trust and Brand Affect”. *Journal of Brand Management*, Pg. 33.
- Fuad, M.H, Christine, Nurlela, Sugiarto, Y.E.F, Paulus. (2000). *“Pengantar Bisnis”*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Coulter, A Robin, Price L. Linda, and Lawrence Feick. (2003). “Rethinking the Origins of Involvement and Brand Commitment: Insights from Post Socialist Central Europe”. *Journal of Consumer Reseach*, Vol 30, Iss 2, Pg. 151.
- Griffin, Jill. (2005). *”Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan”*. Dialihbahasakan oleh Yahya, Dwi Kartini, Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga.
- Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R. L., ang Black, W.C. (1998). *“Multivariate Data Analysis”*. 5th ed. New Jersey: Upper Saddle River, Prentice Hall.inc.

- Hasan, Iqbal (2002). *Pokok–Pokok Materi Statistik I*. Edisi kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jefkins, Frank. (1995). *“Periklanan”*, Dialihbahasakan oleh Drs. Haris Munandar. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Kotler, Philip, Amstrong, Gary. (1997). *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA. Edisi Ketujuh. Jakarta: Prentice Hall, Prehalindo.
- Kotler, Philip, Amstrong, Gary. (2003). *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA. Edisi Kedelapan. Jakarta: Prentice Hall, Prehalindo.
- Kotler, Philip. (2000). *“Manajemen Pemasaran”*. Dialihbahasakan oleh Hendra Teguh, S.E., Ak, Ronny A Rusli, S.E.Ak, Drs. Benjamin Molan, Edisi Millenium. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2000). *“Manajemen Pemasaran”*. Dialihbahasakan oleh Hendra Teguh, S.E., Ak, Ronny A Rusli, S.E.Ak, Drs. Benjamin Molan, Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2003). *“Manajemen Pemasaran”*. Dialihbahasakan oleh Benyamin Molan. Edisi Kesebelas. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2005). *“Manajemen Pemasaran”*. Dialihbahasakan oleh Benyamin Molan. Edisi Kesebelas. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Philip, and Keller, K. (2006). *“Marketing Management”*. 12th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Mangkunegara, A.A. Anwar, Prabu. (2002). *“Perilaku Konsumen”*. Edisi Revisi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Maulana, Agus. (1999). *”Merek: Peran dan Kaitannya dengan Sukses Produk”*.Usahawan No. 08 Tahun XXVIII
- Magdalena, N. (2005). *“Analisis pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan”*. Tesis Program Pascasarjana UGM (Tidak Dipublikasikan).
- Mowen, John. C., and Minor, Michael. (2002), *“Perilaku konsumen”*. Dialihbahasakan oleh Yahya, Dwi Kartini. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, Moh. (2003). *“Metode Penelitian”*. Edisi Kelima. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Nicolino, F. Patricia. (2004). "*Brand Management*". Edisi 1. Jakarta: Prenada.
- Oktaviani, Linda. (2006). "*Pengelompokan Motivasi Berbelanja Pelanggan Bandung Trade Center di Bandung*".
- Peter, J. Paul and Olson, Jerry C. (1999). "*Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*". Dialihbahasakan oleh Sihombing, Damos. Edisi keempat. Jilid pertama. Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul and Olson, Jerry C. (2000), "*Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*", Dialihbahasakan oleh Sihombing, Damos. Edisi keempat. Jakarta: Erlangga.
- Reast, Jon D. (2005). "Brand Trust and Brand Extension Acceptance: The Relationship". *The Journal of Product and Brand Management*, Pg 4-13,14.
- Rangkuti, Fredy. (2004). "*The Power of Brand : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*". Jakarta: PT. Gramedia Media Pustaka.
- Raphel, Murray, Raphel, Neil, and Raye, S. Janis. (2007). "*The Complete idiot's Guide to Winning Customer Loyalty*". Dialihbahasakan oleh Aloysius Prasetyo Adi Saputro. Edisi 1. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. (2003). "*Research Methods for Business : A Skill Building Approach*". 4th ed. New York : John Willey & Sons, Inc.
- Santoso, S (2002). "*Buku Latihan SPSS, Statistik Multivariat*". Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2004). "*Metode penelitian bisnis*". Edisi Enam. Bandung: Alfabeta.
- Setiadi, Nugroho J. (2003). "*Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*". Jakarta: Prenada Media.
- Taylor, S.A., Celluch, K., and Goodwin, S. (2004), "The Importance of Brand Equity to Customer Loyalty". *The Journal of Product and Brand Management*, vol 13,155. 4/5; pg 217.
- Tjiptono, Fandy. (2005), "*Brand Management & Strategy*". Edisi pertama. Yogyakarta: ANDI.
- Santoso, S. (2002). "*Buku Latihan SPSS, Statistik Multivariat*". Jakarta: Elex Media Komputindo.

Stanton, William J. (1996). "*Prinsip-prinsip Pemasaran*". Jilid 1. Edisi 7. Jakarta, Penerbit Erlangga.

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