

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama (Alih Bahasa: Aris Ananda).
- Assauri, Sofjan (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Del Rio, A Belen, Rodolfo Vazquez, Victor Iglesias (2001). *The Effect of Brand Association on Consumer Response*. The Journal of Consumer Marketing Vol. 18 No.5
- Fisk, Peter (2006). *Marketing Genius*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Gohzali, Imam (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, edisi tiga, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guiltian (1994), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hasan, Iqbal (2002). *Pokok-pokok materi Statistik I*, edisi kedua, Jakarta: Bumi Aksara.
- Yoo, Boonghee; Donthu, Naveen; dan Lee, Sungho (2000), *An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity*, *Journal of The Academy of Marketing Science*, Vol 28, hal 195-211.
- Kartajaya, Hermawan (2003). *Marketing in Venus*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip (1999). *Marketing Management*, edisi sembilan, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Millenium, Terjemahan, Jakarta: PT Prenhallindo.

- Kotler, Philip (2002). *Manajemen Pemasaran*, edisi millennium, jilid pertama, Jakarta: PT Prenhallindo (Alih Bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benyamin Molan).
- Kotler, Philip (2002). *Manajemen Pemasaran*, edisi millennium, jilid dua, Jakarta: PT Prenhallindo (Alih Bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benyamin Molan).
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Terjemahan, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2001), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid 2, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2007). *Manajemen Pemasaran*, jilid satu, Terjemahan, Jakarta: PT Prehallindo.
- Mowen, John C dan Minor (2002). *Perilaku Konsumen*, edisi lima, jilid satu, Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, B.A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Jogjakarta: CV. Andi Offset.
- Rangkuti, Freddy (2002). *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy (2005). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simmamora, Henry (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*, jilid dua, Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, Etzel, and Walker (2001). *Marketing*, 12th ed., New York: Mc Graw Hill.
- Sugiyono (2004). *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.

Sunjana. 2003. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses menuju Sukses*. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat.

Sutojo, Siswanto & Kleinsteuber, Fritz (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT DAmara Mulia Pustaka.

Swastha, Basu (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Temporal, Paul (2002). *Memaksimalkan Nilai Merek Melalui Kekuatan Relationship Management*. Jakarta: Salemba Empat.

Tjiptono, Fandy (1997), *Strategi Pemasaran*, edisi dua, Yogyakarta: Adi Offset.

Tjiptono, Fandy, Yanto Chandra, dan Anastasia Diana (2004). *Marketing Scales*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Umar, Husein (2001). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Whellen, T.L. & Hunger, J.D. (2004) *Strategic Management and Business Policy*, edisi delapan. Upper Sadle River, NJ: Prentice Hall.

([www.Produk unilever.co.id](http://www.Produk.unilever.co.id))

([www.Pesaing Unilever.co.id](http://www.PesaingUnilever.co.id))

(www.jakartaconsulting.com)

