

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A (1997). “ *Manajemen Ekuitas Merek* ,” dialih bahasakan oleh Aris Ananda. Jakarta : Mitra Utama.
- Aaker, D.A (1991). “*Managing Brand Equity: Capitalazing on the Value of a Brand Name*”. Free Press, New York. PP 15 – 66.
- Aaker, D.A (1990) dalam Rangkuti, Freddy (2004). ” *The Power of Brand*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Aaker, D.A (1996) dalam Rangkuti, Freddy (2004). “ *The Power Of Brand*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Apriano, Reno (2008). ”*Pengaruh Brand Image Pada Minat Beli Konsumen*,” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Durianto, Darmadi. (2000),” *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Giddens (2002). ” *Fenomena Brand* ”., Jakarta.: Erlangga.
- Gede, Riana (2008). ” *Pengaruh Trust In A Brand terhadap Brand Loyalty Pada konsumen Air Minum Aqua di Kota Denpasar*.” Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana Denpasar.
- Ghozali, Imam. (2005).” *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*,” Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hair et al (1998). ” *Multivariate Data Analysis*,” 5th ed. New Jersey: Upper Saddle River, Pretice Hall. Inc.
- Hasan, Iqbal. (2002), ” *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 ( Statistik Inferensif)*, PT.Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2003), ” *Manajemen Pemasaran* ,” diahlibahasakan oleh Molan, B Edisi 11. Jakarta : Prentice Hall, Prehallindo.

- Kotler , Philip. (2000), ” *Manajemen Pemasaran*,” Terjemahan, Jakarta : PT.Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2005), “ *Manajemen Pemasaran* ,” Edisi Milenium, Jilid Kesatu dan Kedua, PT. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller , K.(2006), ” *Marketing Management*, ” 12<sup>th</sup> ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Keller. K, Kotler,,Philip. (2003). “ *Marketing Management* ,” New Jersey : Prentice Hall. Inc.
- Keller (2003), “ Strategic Brand Management building, Measuring, and Managing Brand Equity” Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Lau dan Lee (1999), ” *Brand Characteristic, Company Characteristic, dan Consumer – Brand Characteristic*, ” Terjemahan , Jakarta :Erlangga.
- McCarty dan Perreault (1990),” Karakteristik-Karakteristik Merek Yang Efektif,” Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Morgan, Robert M dan Hunt (1994) dalam Ha dan Perks (2005), ” *The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing* ”, *Journal Of Marketing* .
- Maulana (1999) dalam Cahyadi, Adi., (2008). ” Pengaruh *Brand Awareness* Pada *Brand Trust: Brand Image* Sebagai Faktor Mediasi ” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Maulana (1999)dalam Cahyadi, Adi., (2007). ” Pengaruh *Brand Relationship* Pada Perilaku Pembelian Produk : *High Involvement & Low Invilvement* ” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan)
- Nazir, Muhammad. (1999),” *Metode Penelitian*,” Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, B. Agung (2008).” *Startegi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*”, Yogyakarta” Andi.
- Peter J. P dan Olson J.C (1994), ” *Consumer Behaviour and Marketing Strategi*,” Terjemahan, Jakarta: Erlangga.

Rangkuti, F. (2005).” *The Power Of Brand : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*”. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Rangkuti , F.(2004).” *The Power Of Brand : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Perkembangan Merek*”. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Schiffman dan Kanuk (2004),” *Perilaku Konsumen*,” Jakarta: Erlangga.

Staton Etzer dan Walker (1994). ” *Fundamental Of Marketing* . New York : Mc Graw-Hill Co., Inc.

Sekaran, Uma (2003) dalam Magdalena , Nonie (2005).”*Analisis Pengaruh Situasi, Produk Individu Pada perilaku Membeli dan Mengkonsumsi Makanan Ringan*,” Tesis , Fakultas Ekonomi, Gadjah Mada (tidak dipublikasikan).

Sekaran, Uma (2003) dalam Giduanni (2007).” *Research Methods for Business : A Skill Building Approach* ”.New York.

Sugiyono (2004). ” *Metode Penelitian Bisnis*., Bandung : Alfabeta.

J.Supranto, (2006)., ” *Pengukuran tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Kenaikkan Pangsa Pasar*”, Rineka Cipta : Jakarta.

Tjiptono, Fandy. (2005) , ” *Brand Managemen & Strategy* ”, Penerbit Andi: Yogyakarta.

Tjiptono,Fandy, Yanto Chandra, Anastasia Diana (2005). “*Marketing Scale*, Edisi Satu, Yogyakarta : Andi.

Wijaya, Willy (2007). ”*Pengaruh Asosiasi Merek Yamaha Terhadap Respon Konsumen Pengguna Sepeda Motor Di CV. Jaya Perkasa Motor Sumedang* , Skripsi, Bandung : Universitas Krisyen Maranatha (tidak dipublikasikan).

[www.google.com](http://www.google.com).

Zaichkowsky , Judith Lynne (1985). “*Measuring The Involvement Construct*, Journal of Consumer Research,” Vol. 12.