

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A., David, 1991, *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Free Press, New York. PP.15-16.
- Aaker, D.A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*, dialihbahasakan oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Ballester, E. D., & Aleman, J. M. 2001. *Brand Trust in The Context of Customer Loyalty*. *European Journal of Marketing*, 35 (11/12): 1238-1258.
- Buchari, Alma, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi Alfabeta, Bandung.
- Cahyadi, Adi., (2008). Pengaruh *Brand Awareness* pada *Brand Trust: Brand Image* Sebagai Faktor Mediasi Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Chaudhuri, Arjun & Holbrook, Morris B (2001), *The Chain Of Effect From Brand trust and Brand Affect To Brand performance : The Role Of Brand Loyalty*, *Journal Of Marketing*, 65 (April): 81-93
- Delgado-Ballester (2004), *Applicability of a brand trust scale across product categories: A multigroup invariance analysis*”, *European Journal of Marketing*,: 573.
- Dharmmesta, B. S. 1999. *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14 (3): 73-88.
- Dick, A. S. & Basu, K. 1994. *Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework*. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 22 (2): 99-113.
- Djaslim, Saladin, 2002, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, Edisi Ketiga, Bandung.
- 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.

- Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Dialihbahasakan oleh Yahya, Dwi Kartini, Edisi Revisi dan Terbaru, Jakarta: Erlangga.
- Gounaris,Spiros & Stathakopoulos,Vlasis (2004), *Antecedents and Consequences of Brand Loyalty: An Empirical Study*, *Journal of Brand Management*, 11 (April):283.
- Halim, Rizal Edy (2006) *The Effect of the Relationship of Brand Trust and Brand Affect on Brand Performance: An Analysis from Brand Loyalty Perspective (A Case of Coffee Instant Product in Indonesia)*, department of management faculty, university of Indonesia.
- Husein, Umar, 2000, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Iqbal Hasan, 2002, *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Keller,Kevin Lane (2003), “*Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*” 2nd ed, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education,Inc
- Kotler, P., Amstrong, G. (1997). “*Dasar-Dasar Pemasaran,*” dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA. Edisi 7. Jakarta: Prentice Hall, Prehalindo.
- Kotler, Philip, 2000, Edisi Bahasa Indonesia, *Manajemen Pemasaran*, PT. Prehallindo Jakarta.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*, dialihbahasakan oleh Molan, B Edisi 11. Jakarta: Prentice Hall, Prehallindo.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium,Jilid Kesatu dan Kedua, PT. Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, P., and Keller, K. (2006). *Marketing Management*, 12th ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Lau, G. T. & Lee, S. H. 1999. *Customer’s Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty*. *Journal of Market Focused Management*, 4: 341-370.

- Malhotra, Naresh K. (2004), *Marketing Research: An Applied Orientation*, Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Morgan, R. M. & Hunt, S. D. 1994. *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. Journal of Marketing*. 58 (July): 20-38.
- Santoso dan Tjiptono (2002), *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk, 2007. *Consumer Behavior 9th edition*, Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, Umar. 2003, *Research Method for Bussiness A Skill- Building Approach*, 4th ed., New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Sekaran, Umar. 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, edisi I, Salemba Empat, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2003, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2004, *Statistika untuk Penelitian*, Cetakan Keenam, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Surachman, Surjaatmadja. 2008, *Dasar-Dasar Manajemen Merek : Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan*, edisi pertama, Bayumedia Publishing, Malang
- Tjahyadi, R. A. 2006, *Brand Trust dalam konteks loyalitas merek : peran karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. Jurnal Manajemen*, 6 (1): 63-76.
- Tjiptono, Fandy.(2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi:

Sumber Lain :

- [http: www.aqua.co.id](http://www.aqua.co.id)
- [http: www.okezone.com](http://www.okezone.com)