

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (1997). “*Manajemen Ekuitas Merek,*” dialih bahasakan oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker A., David. (1991) “*Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*”. Free Press, New York. PP.15-16.
- Abriansyah. (2008) “*Belanja Agenda Utama Ke Bandung*”. Pikiran Rakyat: Bandung
- Apriano, Reno (2008). “*Pengaruh Brand Image Pada Minat Beli Konsumen*” (*Studi Kasus: merek Starbuck Kafe*)” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha ( tidak dipublikasikan).
- Aladin, Riadi Arief. Reno (2008). “*Hubungan Perceived Quality Dan Brand Loyalti merek Imitasi (Studi Kasus : Merek Crocodile dan Merek Lacoste)*” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha ( tidak dipublikasikan).
- Alma, Buchari (2007). “*Manajemen Pemasarana dan Pemasaran Jasa*”, Alfabeta: Bandung.
- Boyd, Walker, Larreche, 1997, “*Manajemen Pemasaran*”, Erlangga: Jakarta.
- Cahyadi, Adi., (2008). “ *Pengaruh Brand Awareness Pada Brand Trust: Brand Image Sebagai Faktor Mediasi*” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha ( tidak dipublikasikan).
- Cahyadi, Hadi., (2007). “*Pengaruh Brand Relationship Pada Perilaku Pembelian Produk : High Involvement & Low Involvement*” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha ( tidak dipublikasikan).
- Dharmalingga, Raditya., (2007). “*Pengaruh Brand Equity Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Laptop Apple Di Bandung*” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan)

- Giduanni, Graine (2007). “*Analisis Pengaruh Price, Store Image, Intensity of Marketing Activities, dan Price Deals Pada Citra Merek Produk Coca Cola,*” Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan)
- Griffin, Jill, 2003, :”*Customer Loyalty : Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*”, Edisi revisi dan terbaru Bahasa Indonesia, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, Imam., (2005). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS,*” Semarang : Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hasan, Iqbal., 2002, *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Hair, J.R., Anderson, R.E., Tatham, R. L., and Black, W.C. (1998). “*Multivariate Data Analysis,*” 5<sup>th</sup> ed. New Jersey: Upper Saddle River, Prentice Hall.inc.
- J. Supranto, (2006)., ”*Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*”, Rineka Cipta: Jakarta.
- Kotler, Philip. (2003). “*Manajemen Pemasaran,*” dialihbahasakan oleh Molan, B Edisi 11. Jakarta: Prentice Hall, Prehallindo.
- Keller, Kevin Lane (2003), “*Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*” 2<sup>nd</sup> ed, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip, 2005, ”*Manajemen Pemasaran*”, Edisi Milenium, Jilid Kesatu dan Kedua, PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, ”*Manajemen Pemasaran : Anatisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*”, diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny Rusli, Edisi Revisi, Jilid 1, Penerbit Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, P., and Keller, K. (2006). “*Marketing Management,*” 12<sup>th</sup> ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall. Inc

- Magdalena, Nonie (2005). “*Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan,*” Tesis, Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada (tidak dipublikasikan).
- Murray R., Spigel (1992), “*Statistik Versi S1 (Metrik),*” diterjemahkan oleh Drs. I Nyoman susila, Msc., dan Drs. Ellen Gunawan, M.A. Jakarta: Erlangga.
- Morgan, Robert M; Hunt, Shelby D (1994). “*The commitment-trust theory of relationship marketing*”, *Journal of Marketing* (July): 20
- Musanto, Trisno. (2004), “ *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media advertising Surabaya*”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Nugroho, B. Agung (2005). “*Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*”, Yogyakarta: Andi.
- Peter, J. P., dan Olson, J.C. (2000). “*Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran,*” dialihbahasakan oleh Damos Sihombing, MBA.. Edisi 4. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Paramita, Fransisca., (2007). “*Pengelompokkan Konsumen Berdasarkan Dimensi Brand Trust Merek Produk Nokia*”, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Rangkuti, F. (2002) : “*The Power Of Brand : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*”. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Santoso, S dan Tjiptono R. (2001), “*Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS,*” Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma. (2000), “*Research Methods For Business: A Skill Building Approach*”, 4<sup>th</sup> ed., New York : John Wiley and Sons, Inc
- Stanton, J., William and Charles Futrell, (1994). Edisi 8. “*Fundamental of Marketing*”. New York : McGraw-Hill Co., Inc.

Susanto, A.B dan Wijanarko, H., (2004). “*Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*”. Quantum: Jakarta.

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

Youl H., and Perks, H. (2005). “*Effects of Consumer Perceptions of Brand Experience on The Web: Brand Familiarity, Satisfaction and Brand Trust*” *Journal of Consumer Behaviour*; Dec 2005 Page 438.

<http://forum.kafegaul.com> (2008)

<http://www.pikiran-rakyat.com> (2007)

<http://www.google.com>