

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Agusli, Devonalita dan Yohanes Sondang Kunto.(2013). *Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya*.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action 6th edition*. NewYork: International Thomson Publishing.
- Swastha dan Irawan. (1999).*Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2,Yogyakarta : Liberty.
- Cooper, D. R., Schindler, P. S. 2011. *Business Research Methods*. Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H.(1982).*Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PBFE Universitas Gadjah Mada.
- Durianto, Darnadi, Sugiarto, L.J Budiman. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dodds, W.B., Monroe K.B., Grewal, D., 1991. *Effect of price, brand, and store information 9 on buyers product evaluation*. *Journal of Marketing Research*28 (3), 307-319.
- Tjiptono. (2008).*Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Griffin, R.W., & Ronald, J.E. (2005). *Bisnis*, Edisi Ketujuh, PT Indeks,Jakarta.
- Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior: An Applied Approach*(3rded). *New Jersey: Addison Wesley Publishing Company*.
- Hartono, J. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, M.Iqbal.(2003). *Pokok-Pokok Materi Statistika I (Statistika deskriptif)*,edisi kedua, cetakan ke 2, Bumi Aksara,Jakarta.
- Jalilvand, M.R. & Samiei, N. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouthon Brand Image and Purchase Intention: An Empirical Study in the Automobile Industry in Iran, Marketing Intelligence & Planning*. Vol.30 No.4, pp.460-476.

- Jalilvand, M.R., Samiei, N and Mahdavinia, S.H. (2011). *The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention: An Application of Aaker's Model in the Automobile Industry*.
- Yoo, B., Donthu, and Lee s. (2000). "An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity". *Journal of Academy of Marketing Science*, Vol. 28 No. 2, pp. 195-211.
- Agusli, Devonalita dan Kunto (2013). *Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1, No. 2, Hal:1-8.
- Keller, K. L. (2003). *Building, measuring and managing brand equity (2nd edn)*, New Jersey:Prentice Hall.
- Kotler, Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi kedua belas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, Kevin, L. (2009). *Marketing Management. Thirteenth Edition*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas)*, Cetakan Ketiga, PT. Indeks, Jakarta.
- Lamb, C.W., Hair, J.F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lamb, C.W., Hair, J.F., & McDaniel, C. (2001). *Pemasaran Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Peter, J.P., Olson, J.C. (1999). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta: Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis Buku 2 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarsono, D. S dan Kurniawati, Dyah. (2013). *Elemen Ekuitas Merek Dalam Keputusan Pembelian Laptop*. Vol. 1 No. 1
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty
- Yoo, B., Donthu, N. and Lee S. (2000). *The Journal of International Business and Management*, Vol. 2, No. 2, 149-158. "An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity".

