

DAFTAR PUSTAKA

- A+ CSR Indonesia. (2008). *CSR Perbankan di Indonesia: Antara Konsep dan Realitas*. Jakarta
- Aaker, D.A. (1996), *Measuring Brand Equity Across Products and Markets*. *California Management Review*, vol. 38(3), pp. 102-120.
- Aaker, D.A. (1997), *Manajemen Ekuitas Merek*. Penerbit Mitra Utama. Jakarta: Spektrum.
- Abdi, Y.T (2012), *Pengaruh Brand Image, Country of Origin Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Produk TV Samsung di Surabaya*. Skripsi, Surabaya: Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala.
- Abror (2007), *Kesadaran Merek dan Image Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang tentang Produk Minuman Ringan*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, vol. 7(1), hal. 9-18.
- Agnanda, F. & Farida, N. (2012), *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kesadaran Merek dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Telkom Flexi*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, hal.1-8
- Ahmed, Z.U., *et al.*, (2004), *Does Country of Origin Matter for low-involvement products?*. *International Marketing Review*, vol. 21(1), pp. 102-120.
- Anselmsson, J. & Bondesson, N. (2013), *What Successful Branding looks like – a managerial perspective*. *British Food Journal*, vol 115(11), pp. 1612-1627.
- Anselmsson, J. *et al.*, (2014), *Brand image and Customers' Willingness to Pay a Price Premium for Food Brands*. *Journal of Product & Brand Management*, 23(2), pp. 90-102
- Anselmsson, J. *et al.*, (2007), *Understanding Price Premium for Grocery Products: a Conceptual model of Customer Based Brand Equity*. *Journal of Products & Brand Management*, vol. 22(6), pp.401-414.
- Artaji (2014), *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Notebook Merek Acer*. Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.
- Ball, A.D. & Tasaki, L.H. (1992), *The Role And Measurement Of Attachment In Consumer Behavior*. *Journal of Consumer Psychology*, vol.1(2), pp. 155-172.

- Belk, R.W. (1998), *Possessions and the Extended Self*. *Journal of Consumer Research*, vol. 15(2), pp.139-168
- Biel, A.L. (1992), *How Brand Image Drives Brand Equity*. *Journal of Advertising Research*, vol. 32(6), pp. 6-12.
- Boby, Y. (2009), Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki. Skripsi, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional.
- Business Insider (2015), Sembilan Kelebihan Iphone dibandingkan Android, Agustus 2015 diakses dari <http://www.hptekno.com/2013/08/15/9-kelebihan-iphone-dibandingkan-android/>.
- Cobb-Wahlgren. *et al.*, (1995), *Brand Equity, Brand Preference and Purchase Intent*. *Journal of Advertising*, vol. 24(3), pp. 25-41.
- Cooper, D.R. & Emory, W. (1995), *Business Research Methods*. Fifth Edition, California: Irwin
- Cooper, D.R. & Schindler, P.S. (2011), *Business Research Methods*. Eleventh Edition, New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Davcik, N.S & Rundquist, J. (2012), *An Exploratory Study of Brand Success: Evidence from The Food Industry*. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, vol.24(1), pp.91-109.
- Dickinson: Tujuh Jenis Perilaku Konsumen dalam Materi IPS kelas X. www.aiwowma.wordpress.com.
- Durianto, dkk. (2001), Strategi Menaklukkan Pasar Global Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, dkk. (2004), Strategi Menaklukkan Pasar Global Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Farquhar, P.H. (1989), *Managing Brand Equity*. *Marketing Research*, vol. 1(3), pp. 24-33
- Ghozali, I. (2011), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gurhan-Canli, Z. & Maheswaran, D. (2000), *Cultural Variations in Country of Origin Effects*. *Journal of Marketing Research*, vol. 37, pp. 309-317.

- Hartono, J. (2011), *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Edisi 2011. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Haryanto, J.O. & Manurip, T.F. (2011), Pengaruh Loyalitas Merek, Rumor dan *Country of Origin* terhadap Kepercayaan Merek. *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, vol. 11(2), pp. 88-107.
- Kalogeras, N. *et al.*, (2009), *Dutch Consumers' Willingness to Pay for Organic Olive Oil*. *Journal of Marketing Research*, vol. 35(2), pp. 210-225.
- Kalra, A. & Goodstein, R.C. (1998), *The Impact of Advertising Positioning Strategies on Consumer Price Sensitivity*. *Journal of Marketing Research*, vol. 35(2), pp. 210-225
- Keller, K.L. (1993), *Conceptualizing Measuring and Managing Customer Based Brand Equity*. *Journal of Marketing*, vol. 57(1), pp. 1-23
- Keller, K.L. (2001), *Building Customer Based Brand Equity*. *Marketing Management*, vol. 10(2), pp.14-19.
- Kliknklik (2013), Perbandingan Smartphone Besutan Apple, Samsung, Nokia dan Motorola. 25 Februari 2013 diakses dari <http://kliknklik.com/blogs/perbandingan-smartphone-besutan-apple-samsung-nokia-dan-motorola/> pada tanggal 05 November 2015.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2001), *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jilid 1, Edisi kedelapan, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2003), *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2, Edisi kesembilan, Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2006), *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua belas, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2007), *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Pengendalian*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. *et al.*, (1993), *Marketing Place: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States, and Nations*. *New York: Free Press*, pp.141
- Kurniawan, A. (2012), *SPSS 20: Analisis Deskriptif dan Multivariate*. Jakarta: Bisnis 2030.

- Kurniawan, A. (2014), *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Lassar, W. *et al.*, (1995), *Measuring Customer Based Brand Equity*. *Journal of Consumer Marketing*, vol.2(1), pp.37-46.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011), *Service Marketing: People, Technology, Strategy*. Global Edition: Pearson.
- Magdalena, N. (2005), Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu pada Perilaku Membeli dan Mengkonsumsi Makanan Ringan. Tesis, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada (tidak dipublikasikan).
- Mahardi, D. (2014), Dituding Tiru Apple, Xiaomi Bela Diri, 30 Oktober 2014 diakses dari <http://tekno.liputan6.com/read/2126738/dituding-tiru-apple-xiaomi-bela-diri> pada 9 Desember 2015.
- Maheswaran, D. (1994), *Country of Origin as a stereotype: Effects of Counsumer Expertise and Attribute Strength on Product Evaluation*. *Journal of Consumer Research*, vol. 21(2), pp.354-365.
- Mailanto, A. (2014), Apple Gelar Kampanye Bahaya AIDS melalui Program RED. 24 November 2014 diakses dari <http://autotekno.sindonews.com/read/928472/122/apple-gelar-kampanye-bahaya-aids-melalui-program-red-1416827027> pada tanggal 06 November 2015.
- Martin, G.S. & Brown, T.J. (1990), *In Search of Brand Equity: The Conceptualization and Measurement of The Brand Impression Construct*, in Childers, T.L. (Ed.). *Marketig Theory and Application*, Vol. 2, American Marketing Association, Chicago, IL, pp.431-438.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Netemeyer, R.G., *et al.*, (2004), *Developing and Validating Measure of facets of Customer Based Brand Equity*. *Journal of Business Research*, vol. 57(2), pp.209-224.
- Ningrum, L.S. & Nurcahaya, I.K. (2014), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Corporate Image* dan Perilaku *Word of Mouth*. E-jurnal Manajemen, vol. 3(3), 835-850.

- Nugroho, F.Y. (2011), *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.
- Ophuis, P.A.M. *et al.*, (1995), *Percieved Quality: a Market Driven and Consumer Oriented Approach. Food Quality and Preference*, vol. 6(3), pp. 177-183.
- Pangestika, P.T. (2013), *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Pakaian 3second do Showroom Java Mall Semarang*. Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Pappu, R. *et al.*, (2006), *Consumer Based Brand Equity And Country of Origin Relationship: Some Empirical Study. Journal of International Business studies*. Vol. 38(5), pp. 726-745.
- Putro, R.F.K. (2009), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi, Surakarta: Fakultas Ekonomi Sebelas Maret.
- Riantiarno (2013), *Perpektif-Balance Scorecard*. 09 Januari 2013 diakses dari <http://riantiarno.blog.binusian.org/category/binusian-blog/> pada tanggal 05 November 2015.
- Richardson, F. *et al.*, (1994), *Extrinsic and Intrinsic Cue Effects on Perceptions of Store Brand Quality. Journal of Marketing*, vol 58(4), pp. 28-37.
- Rizky, M.F. & Yasin, H. (2014), *Pengaruh Promosi dna Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. Jurnal Manajemen & Binsis, Vol. 14(2), hal. 135-143.
- Rosanani, G. (2009), *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Santoso, S. & Tjiptono, F. (2006), *Riset Pemasaran – Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Saputra, H. (2013), *Apple Meraih Tingkat Kepuasan Konsumen Teratas di Kampungnya Samsung*. 03 Juli 2013 diakses dari <http://www.makemac.com/tingkat-kepuasan-konsumen-apple/> pada tanggal 06 November 2015.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2007), *Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis Buku 2 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.

- Seravina, M. (2008), Pengaruh Penerapan CSR Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Britama. Skripsi, Bogor: Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Sethuraman, R. (2000), *What Makes Consumers Pay More for National Brands than for Private Label – Image or Quality?. Marketing Science Institute Paper Series, Cox School of Business, Southern Methodist University.*
- Sethuraman, R. (2003), *Measuring National Brands' Equity Over Store Brands. Review of Marketing Science*, vol.1(1), pp. 1-25.
- Solomon, M.R. (2007), *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being. Sixth Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.*
- Sugiyono (2012), Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto (2009), Metode Riset Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunjoyo, *et al.*, (2013), Aplikasi SPSS untuk SMART Riset. Bandung: Alfabeta.
- Supomo, I. &. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen Edisi Pertama.* Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.* PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tikkanen, I. & Vaäriskoski, M. (2010), *Attributes and benefits of branded bread: case Artesaani. British Food Journal*, vol. 112(9), pp. 1033-1043.
- Washburn, J.H. & Plank, R.E. (2002), *Measuring Brand Equity: an Evaluation of a Consumer Based Brand Equity Scale. Journal of Marketing Theory and Practice*, vol 10(1), pp. 46-62
- Wibisono, D. (2000). *Riset Bisnis Edisi Pertama.* Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR.* ASHKAF Media Grafika, Surabaya.
- Winarso, B. (2014), Dukung Pencegahan AIDS, Apple Sudah Kucurkan \$65 Juta Bersama Bono dari Band U2. 27 bulan yang lalu diakses dari <http://dailysocial.id/post/dukung-pencegahan-aids-apple-sudah-kucurkan-65-juta-bersama-penyanyi-u2-bono/> pada tanggal 06 November 2015.
- Winda (2011), Pengaruh Ekuitas Merek Tupperware Terhadap Keputusan Konsumen Membayar Harga Premium. Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara.

Yeni, F. (2013), Pengaruh Keunggulan Bersaing Diferensiasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada KFC di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, vol. 2(1), hal. 1-9

Yoo,B. & Donthu, N. (2001), *Developing and Validating Multidimensional Consumer Based Brand Equity Scale. Journal of Business Research*, vol. 52(3), pp. 2-22.

Zaldman, G., dan Wallendorf, M. (1979), *Consumer Behavior: Basic Findings and Management Implication, Theories in Marketing Series America and World The Wiley Series in Marketing*. Wiley: Amerika

Zeithaml, V.A. (1988), *Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: a Means End Model an Synthesis of Evidence. Journal of Marketing*, vol. 52(3), pp. 2-22.

Sumber Internet:

<http://www.slideshare.net/syiami/teori-dan-model-perilaku-konsumen>

<https://coecoesm.wordpress.com/2011/11/28/perilaku-konsumen/>

<http://klikklik.com/blogs/perbandingan-smartphone-besutan-apple-samsung-nokia-dan-motorola/>

<http://riantiarno.blog.binusian.org/category/binusian-blog/>

<http://www.makemac.com/tingkat-kepuasan-konsumen-apple/>

<http://autotekno.sindonews.com/read/928472/122/apple-gelar-kampanye-bahaya-aids-melalui-program-red-1416827027>

<http://dailysocial.id/post/dukung-pencegahan-aids-apple-sudah-kucurkan-65-juta-bersama-penyanyi-u2-bono?number=2013092724483>