

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto dan Hilmawan Wijanarko. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya, Jakarta, penerbit: Mizan Publika Jakarta.
- Aaker, David A. 1997. Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek. Cetakan Pertama. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, David. 2001. Marketing Research, Seventh Edition. USA: John Wiley & Sons, Ind.
- Aaker, David A. 1996. Building Strong Brands. New York. The Free Press.
Across. The Firm, me Graw Hill.
- Alma, Buchari. 2003. Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta
- Amstrong, G & Kotler P. (1997) Prinsip-prinsip pemasaran, cetakan pertama Jakarta: Erlangga.
- Any Noor. (2009). Manajemen Event. Bandung: Alfabeta
- Arikunto S, 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Arjun Chaudhuri; Morris B Holbrook, "The Chain of Effect from Brand Trust and Brand Effect to brand performance : The Role of Brand Loyalty". Journal of Market Focused Management, 2001
- Assael, Henry, 1995. Costumer Behavior And Marketing Action, Keat Publishing Company, Boston.
- Astuti dan Cahyadi. 2003. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda
- Azwar, Saifuddin. 1988. Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya. Seri psikologi. Yogyakarta: Liberty.
- Baker, Gary. 2000. Marketing Management. Twelved Edition. New York: MC Graw Hill, Inc
- Bilson Simamora, 2003, Membongkar Kotak Hitam Konsumen , Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta
- Davis, Keith dan Newstrom, 2000, Perilaku Dalam Organisasi, Edisi ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta

- Delgado, E. 2004. Applicability of Brand Trust Scale Across Product Categories : A Multygroup Invariance Analysis, *European Journal Of Marketing*, Vol. 38 No. 5/6, pp. 573-96.
- Delgado, Elena and Manuera, J.L. (2001), "Brand Trust in the Context of Consumer Loyalty", *European Journal of Marketing*, Vol. 35 No. 11/12, pp. 1238-1258.
- Dewi Ketut Sukardi, *Bimbingan dan Penyuluhan Belajar*, Surabaya: Usaha Nasional, 1983
- Donald R.Cooper & Pamela S.Schindler, 2006, "Bussines Research Methods", 9th edition. McGraw-Hill International Edition
- Eilers, F. Josef. (1995). *Berkomunikasi Antara budaya*. Flores: Nusa Indah.
- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Faircloth, J., Capella, L., and Alford, B. 2001. The Effect of Brand Attitude and Brand Image on Brand Equity. *Journal of Marketing Theory and Practice* Vol. 9 No. 3.
- Fandy Tjiptono, 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing
- Fandy Tjiptono. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
Gema Pertama.
- Gerungan, W.A. (2009). *Psikologi sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gulo, W. 1996. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Grasindo.
- Hair et al., (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersy.
- Hanggadhika, Hardian. 2010. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan pembelian Konsumen pada Produk Handphone Merek Nokia di Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Husni, H.S. 2010. *Evaluasi Pengendalian Sistem Informasi Penjualan*. Jakarta
- Imarta, Fiola Asti. 2013. *Pengaruh Brand Image Dan Sikap Atas Merek Terhadap Ekuitas Merek KFC Veteran Padang*. Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang
- Iriani Nur Ida. (2011). *Pengaruh Dimensi Brand Equity (Ekuitas Merek) terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telepon Selular Telkomsel di Kota Malang*. Jurnal Aplikasi Manajemen, vol 9, hal. 481-490.

- Jogiyanto, H.M. (2010). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Ketujuh. BPFE. Yogyakarta
- Josep Eilers. Franz, Berkomunikasi antar budaya, Flores: Nusa Indah, 1995
- Kartajaya, Hermawan. (2005). *MarkPlus on Strategy: 12 Tahun Perjalanan MarkPlus & Co Membangun Strategi Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *J. Mark.* 57(1), 1–22.
- Keller, Kevin lane. *Strategic brand management; building, Measuring, and Managing Brand Equity*. : Prentice Hall. New Jersey. 2000mme
- Kinard, B.R., and K.B. Hartman (2013) “Are you entertained? The Impact of Brand Integration and Brand Experience in Television-Related Advergemes,” *Journal of Advertising*, 42 (2-3), 196-203, ISSN: 0091-3367 print/ 1557-7805 online.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: PT. Indeks.
- L, Zarantonello, B.H, Schmitt, J.J, Brakus. (2009), Brand Experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, vol. 73, no. 3, pp. 52-68.
- Likert, Rensis. 1986. *Organisasi Manusia: Nilai dan Manajemen*, Jakarta: Edisi Baru, Terjemahan, Penerbit Erlangga.
- Martensen, Gronholdt, Bendtsen, and Jensen. 2007. Application of a Model for the Effectiveness of Event Marketing.
- McCarthy, E. Jerome. 1960. *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Boston: Homewoods III.
- Monroe, Kent. B. (2003). *Pricing “Making Profitable Decisions”*. Third Edition. McGraw Hill, Singapura.
- Ngalim Purwanto. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ni Made Rahayu Wulandari dan I Ketut Nurcahya. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear

- Shampoo di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.11, 2015, Hal: 3909-3935 ISSN: 2303-8912.
- Noble. 1999. Development in Marketing Science. Vol. 22, 1-5, Coral Gables. Florida : Academi of Marketing Science
- Ozyer. 2016. Understanding the Impact of the Brand Experience on Brand Reputation by the Moderating Role of Technology Turbulence. International Journal of Marketing Studies; Vol. 8, No. 1; 2016 ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203
- Prof. J. Supranto, M.A.,APU. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar (Cetakan Keempat). Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Rachman, Sonia. 2013. Pengaruh Event Experience Acara Djarum Black Mild Urban Culture Terhadap Brand Image Djarum Black Mild Pada PT. Djarum Di Bandung
- Ruslan, Rosadi, 2000, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations, Edisi Revisi, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Schiffman dan Kanuk. (2001). Riset Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.
- Setiawan. 2007. Analisis Pengaruh Kegiatan Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Pada Customer. Jurnal. Usahawan.
- Shone dan Parry. (2002). Event Management. Munich : Thomson.
- Simamora, Henry. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 2, STIE YKPN. Yogyakarta
- Sneath, J.Z, Finney, R.Z, Close A.G.,2005. "An IMC Approach to Event Marketing: The Effects of Sponsorship and Experience on Costumer Attitudes". Journal of Advertising Research.
- Soekanto, Soerjono. (1975). Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta ; Yayasan Penerbitan Universitas Indonesia.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto (2006), Metode Riset Bisnis, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Sunjoyo, dkk, 2013. Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset. Alfabeta, Bandung
- Tamaka, Irvandy. 2013. Citra Merek, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Sikap Konsumen pada Produk Daihatsu di PT. Astra

Internasional Daihatsu Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi, Manado. Jurnal EMBA ISSN. 2303-1174. Vol.1 No.3 September 2013. Hal. 1317-1328

Watson, J. 2007. Theory of Human Caring, Danish Clinical Nursing Journal. Available from www.uchsc.edu/nursing/caring. Diakses pada tanggal 5 januari 2011.

Widjaja, Wijaya, dan Jokom (2008) Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops Di Surabaya

Wirawan, Sarlito, 1995. Teori-teori psikologi sosial, Jakarta: Raja Grafindo.

Xu J. B., Chan A. (2010). "A Conceptual Framework of Hotel Experience and Customer-Based Brand Equity: Some Research Questions and Implications." International Journal of Contemporary Hospitality Management, 22 (2): 174-93

Xu J. B., Chan A. (2010). "A Conceptual Framework of Hotel Experience and Customer-Based Brand Equity: Some Research Questions and Implications." International Journal of Contemporary Hospitality Management, 22 (2): 174-93

Zeithaml dan Bitner, 2000. Service Marketing: Integrating Customer Focus

Lain-lain :

<http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index-2015> (diakses pada 14 April 2016)