

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. **Manajemen Ekuitas Merek**. Jakarta : Mitra Utama
- Astuti, Sri Wahjuni dan I Gde Cahyadi. 2007. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. **Majalah Ekonomi**. Tahun XVII. No.2 Agustus. Hal 145-156. Universitas Airlangga. Surabaya
- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Toni Sitinjak. 2001. **Strategi Menaklukkan Pasar: melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek**. PT Gramedia Pustaka Utama.Jakarta.
- Ferdinand, A. 2006. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. **Analisis Multivariete SPSS**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hartiningtiyas, Ayu dan M. Assegaff, Fakultas Ekonomi Unissuka Semarang (2010), Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bebek 4-Tak Merek Honda. *Jurnal Ekonomi*.
- Kardoyo. 2007.Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Menyekolahkan Anak. **Jurnal ekonomi dan Manajemen Dinamika**, Vol. 16 No. 2. Ha. 151 – 162. Universitas Negeri Semarang (UNNES). Semarang

- Kartajaya Hermawan. (2009), *Mark Plus Basics*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007), *Manajemen Pemasaran*, edisi ke-12, jilid1-2, edisi Indonesia, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi ke-12, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008), *Manajemen Pemasaran*, edisi ke-13, edisi Indonesia, Jakarta : PT.Indeks.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2012), *Marketing Management*, 14th Edition, New Jersey: Prentice-Hall.
- Malhotra, N.K. 2006. **Riset Pemasaran**. Jilid 2. Edisi Keempat. Jakarta: Indeks.
- Mowen, John C. Dan Michael Minor. 2002. **Perilaku Konsumen**. Jilid I. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta.
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. **Statistik Terapan: Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial**. Cetakan Ketiga (Revisi).Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson, “*Consumer Behavior and Marketing Strategy (9th Edition)*”, *Mc-Graw Hill Company, Inc.,New York*
- Reymas, Herradi Fepria, (2009), ”Analisis Pengaruh Citra merek, Persepsi Terhadap Kualitas, Nama Merek, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Pada Lifebouy di Ungaran”, Skripsi Tidak Diplublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang. *Jurnal Nasional*.
- Schiffman, Leon G. Dan Lesli Lazar Kanuk. 2010. **Consumer Behaviour**, 7th Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Sekaran Uma (2009), "*Research Model for Business: A Skill Building Approach, (5th Edition)*", John Willey & Sons, Inc., New York

Simamora, Henry. 2001. **Sumber Daya Manusia**. Yogyakarta: STIE YKPN

Sugiyono. (2007), *Statistik Untuk penelitian*, Bandung : Alfabeta.

SUMBER LAIN

<http://teknokompas.com>

<http://www.beritateknologi.com>

<http://www.trenologi.com>

www.komunikasi.com