

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Brand Management*. Spektrum Mitra Utama, Prentice Hall (terjemahan). Jakarta.
- Ahuvia, A.C., & Carrol, B.A. (2006). *Some Antecedents and Outcomes of Brand Love*. Springer Science+Business Media, Inc.hal 80-89.
- Andreas. (2008). *Analisis Pengaruh Brand Love terhadap Word of Mouth Produk Lux*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action, 6 ed*, South-Western College Publishing.
- Chandon, P., Wansink, B., & Laurent, G. (2000). A benefit congruency framework of sales promotion effectiveness. *Journal of Marketing*, 64, 65–81.
- Cooper, D.R., and Schindler, P.S. (2003), *Bussiness Research Method*, 8th ed., New York, Mc Graw Hill Irwin.
- Fournier, S., & Mick, D.G. (1999). Rediscovering Satisfaction. *Journal of Marketing*, 63, 5-23.
- Ghozali, Imam., 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro. Semarang.
- Gounaris,Spiros & Stathakopoulos,Vlasis 2004, Antecedents and Consequences of Brand Loyalty: An Empirical Study, *Journal of Brand Management*, 11 (April):283.
- Hair.,et.,all., (1998). *Multivariat Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice-Hall International.,Inc.

- Jogiyanto, (2007). *Metodologi penelitian Bisnis Salah Kaprah dan pengalaman-pengalaman*: penerbit BPFY Yogyakarta.
- Kartajaya, Hermawan, (2004). *Marketing in Venus Playbook*, Vol.1. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, diterjemahkan oleh Hendra Teguh dan Ronny Rusli, Edisi Revisi, Jilid 1, Penerbit Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*, dialihbahasakan oleh Molan, B Edisi 11. Prentice Hall, Prehallindo. Jakarta
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid Kesatu dan Kedua. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. 2006. *Marketing Management*, 12th ed., Upper Saddle River. Prentice Hall. Inc. New Jersey.
- Lindstorm., Martin., & Seybold., Patricia B., (2007). *Top Brand Anak & Remaja*. Edisi Pertama. Penerbit PPM (terjemahan). Jakarta.
- Magdalena, Nonie., 2005. *Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan*. Tesis, Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada (tidak dipublikasikan).
- Mowen, John.C., & Minor, Michael., (2001). *Perilaku konsumen*, edisi kelima. Erlangga. Jakarta.
- Oliver, R.L. (2009). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63 (Specoal Issue), 33-34.
- Permadi. (2008). *Pengaruh Brand Trust dan Brand Affect pada Brand Performance: brand Loyalty sebagai faktor Mediasi (Studi Kasus Coffee Shop Starbucks)*.

- Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).
- Peter Olson. (2003). *Consumer behavior and Marketing Strategy Sixth Edition*. Singapore: Mc Graw Hill.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The power of Brands*. Gramedia. Jakarta.
- Schiffman. Leon G., & Leslie Lazar Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*, edisi kedelapan. Elex Media Komputering. Jakarta.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Seligman, C., Fazio, R.h., & Zanna, M.P. (1980). Effect of Saliency of Extrinsic Reward on Liking or Loving. *Journal of Personality and social psychology*. Hal 23-34.
- Sheth. Jagdish., & Mittal Banwari. (2004). *Consumer Behavior: A Manajerial Perspective*, edisi kedua. Thompson South Western. USA.
- Solomon, Michael.R. (1996). *Consumer Behavior*, edisi empat. Prentice Hall Internasional. USA.
- Sugiyono. (2005). *Statistik untuk penelitian*. ALFABETA. Bandung.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tandayu, Ericko Steven. (2008). *Pengaruh Attitude, Perceived Behavioral Control dan Moral Obligation pada Intention Pembajakan Produk Digital (Studi Kasus; Software, DVD, CD, MP3, dan VCD)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha (tidak dipublikasikan).

<http://google.com/>

<http://www.marketing.co.id/>

Kompas, Rabu, 2 Desember 2009

Marketing/edisi khusus/II/2007.