

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 2013. *Managing Branding Equity, memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: Mitra utama.
- Ardyaning Alpha Navian. 2005. “*Pengaruh Ekuitas Merek Frestea Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa di Program Studi Manajemen*”. Bandung. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis. *Skripsi*
- Astuti, SW & I Gede C. 2007. Pengaruh 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. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior 6<sup>th</sup> Edition*. New York: Thomson-Learning
- Drummond, Helga. 2003. *Pengertian Keputusan Pembelian*. Diunduh dari <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2012/12/pengertian-keputusanpembelian>.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto & L.J.Budiman. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Hair et al, 2006. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education.
- Humdiana. 2005. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 9. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: PT Prenhallindo.

- \_\_\_\_\_. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13, Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13, Jilid 2. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P & G Amstrong. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi ke-13, Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran. Erlangga: Jakarta.
- Kotler P & Keller. 2008. *Manajemen pemasaran*. Edisi Dua Belas (1). Jakarta: PT. Indeks.
- Nujulia. 2013. Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent. Studi Kasus Mahasiswa Studi Pendidikan Ekonomi STIKIP PGRI Sumatra Barat
- Riyadi SP. 2013. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian TV LCD Merek Samsung Di Kota Ungaran. *Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*.
- Sadat. 2009. *Brand Belief Strategi Membangun Merek Berdasarkan keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business, Metodologi Penelitian Bisnis 2*. Jakarta: Sadewa Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Umi, Narimawati. 2008. *Analisis Multifariat untuk Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yulia F. 2012. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indo Mie. *Ekonomi Manajemen Universitas Andalas Padang*.

**Website:**

<http://www.wikipedia.com/>, (Diakses tanggal 30 Juli 2017 pukul 13.30)

<http://www.topbrand-award.com/>, (Diakses tanggal 30 Juli 2017 pukul 13.40)