

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity : Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- (1997). *Manajemen Ekuitas merek*, Jakarta : Mitra Utama
- A.B. Susanto dan Hilmawan Wijarnako. (2004). *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya* Jakarta :PT Mizan Publika Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Paraktik* Jakarta : Asdimahasatya.
- Biel, Alexander L. (1992). *How Brand Image Drives Brand Equity. Journal of Advertinising Research, Pg.8*
- Cheng, Dongjin Li, Brandley R. Barnes, Jongseok Ahn. (2011). *Country image, product image and consumer purchase intention: Evidence from an emerging economy. Department of Marketing and Quantitative Analysis, College of Business, University of New Haven, West Haven, CT 06516, United States.*
- Consuegra, Octavia Ibarra. (2006). *Own Labels in the United Kingdom a Source of Competitive Advantage in Retail Business*, Universidad del Norte, Colombia Vol. 32 No. 6, pp. 6–12
- Dharmmesta, Basu Swastha. (1999). *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. JURNAL Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol 14, No. 3, pg. 73–88.
- Durianto, D, Sugiarto. Dan Tony S. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- (2004). *Brand Equity Ten Srategi memimpin pasar*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fajar Laksana. (2008). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Farid Yuniar Nugroho. (2011). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta : Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Imam, Ghozali. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BPUD.
- (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2005). Metode Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman–Pengalaman. Yogyakarta : BPFY–Yogyakarta.
- Mudrajad Kuncoro. (2004). Metode Penelitian Kuantitatif. UPP AMP YKPM. Yogyakarta.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. (2002). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen, Yogyakarta : BPFY UGM.
- Ogi Sulistian. (2011). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter. Kuningan. Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Philip Kotler dan Amstrong. (2001). Prinsip Prinsip Pemasaran. Ahli Bahasa Rusli, Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- (2002). Manajemen Pemasaran. Ahli Bahasa Teguh dkk. Penerbit : Prenhallindo, Jakarta.
- (2003). Marketing Management eleventh edition. PT Indeks kelompok Gramedia Indeks @ cbn.net.id.
- (2005). Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas jilid 2 Penerbit : Gramedia.
- (2009). Manajemen pemasaran, Edisi Kesebelas jilid 2 Penerbit : Gramedia.
- Purba, Rao. (1996). Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis. The Asian Manager. February–March.
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing Customer–based brand equity. Journal of Marketing, 57, pp. 1–22.
- (1998). *Strategi Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Third Edition. New Jersey Prentice.*
- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran. Surakarta: PT. Pabelan. Surakarta.
- Kotler, Philip, Alih Bahasa A.B. Susanto. (2000). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler Philip. Alih bahasa oleh: Hendra Teguh, Reny A Rusli dan Benjamin Molan. (2004). Manajemen Pemasaran. Tim Indeks. Jakarta.
- (2006). Marketing Management 12e. Pearson International Edition.
- (2008). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas, Jilid Dua, Jakarta : Erlangga.
- (2009). Manajemen Pemasaran. Terjemahan oleh Bob Sabran, MM. Jakarta : Erlangga.

- Radji, Djoko Lesmana. (2009). Hubungan Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 10 (1) 17 34
- Rangkuti, Freddy. (2001). Riset Pemasaran. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- (2004). *The Power Of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shimp, Terence A. (2003). Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 Edisi 5, Erlangga, Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2001). *Aura Merek : 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Stanton William J, (2005). *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : ALFABETA.
- Suharsimi Arikunto, (2006). *Prosedur Penelitian Penerbit* : Rineka Cipta, Jakarta.
- Supranto, dan Nandan Limakrisna. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Surahman, (2008). *Dasar dasar Manajemen Merek*. Malang :Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta : Andi Offset.
- (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama, Bayu Media Publishing, Malang.
- Tony, Sitinjak. (2006). Kinerja Citra, Sikap. Dan Ekuitas Merek, Keputusan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol 13