

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2011. *Managing Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*. United States of America: The Free Press.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 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 2007.
- Assael, Henry, 1995. *Customer Behavior And Marketing Action*, Keat Publishing Company, Boston.
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I ( edisi 5), Jakarta Erlangga.
- Dharmmesta, B. S. 1999b. Loyalitas pelanggan: Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti. *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 14 (3): 73-88.
- Ferdinand, A. 2006. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen. Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis S-2 dan Disertasi S-3*, Semarang. BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketiga*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ibrahim, Galuh Niti dan Khasanah, Imroatul (2013), judul penelitian "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Im3 (Studi Pada Mahasiswa S1 Ekonomika dan Bisnis Undip Semarang)". *Diponegoro Jurnal Of Management*, Vol II, No. 3, Tahun 2013, h.1-10.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. 2015. *Marketing Management*, Ed.15e. Global Edition. Jakarta: Indeks.
- Kusnaryati Riwin, Fauzi DH Achmad dan Hidayat Kadarisman (2013), judul penelitian "Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Faktor Psikologis Yang Berdampak Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa yang Membeli Handphone BlackBerry Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)”. Majalah ekonomi tahun 2013.

Lindawati. 2005. ”Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam Extensi Merek Pada Produk Merek Lifebuoy di Surabaya.” Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol IV, No.1, Mei 2005.

Palupi, Dyah Hasto. 2009. ”Merek-Merek di Puncak Ekuitas.” SWA, No.16/XXV/, 27 Juli – 5 Agustus 2009.

<http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2012/01/25/fenomena-brand-switching-konsumen-indonesia-430050.html> (di akses 24 april 2015)

<http://www.marketing.co.id/pentingnya-brand-kuat-dalam-persaingan-di-pasar/> (di akses tanggal 11 september 2015)

<http://www.tempo.co/> (di akses tanggal 20 september 2015)

<http://www.tribunnews.com/> (di akses tanggal 20 november 2015)