

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, 1997, *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*, Mitra Utama, Jakarta
- Adhitama, Addiansyah, 2014, “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Shampoo Clear (studi pada pemakai shampoo clear di kalangan Mahasiswa Program Sarjana S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dipenogoro)”, *Skripsi Unviersitas Dipenogoro* (Tidak Dipublikasikan)
- Anoraga, Pandji. (2000). *Manajemen Bisnis* . Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Astuti, SW dan I Gde Cahyadi, 2007. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Majalah Ekonomi*, TH XVII, No.2
- Eka Wenats AG, Kurniawaty Yusuf, Leonita Syarief, Putut Widjanarko, Rini Sudarmanti, Surya, Tri Wahyuti, Wahyutama, Ratno Suprpto, 2012. *Integrated Marketing Communication*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fitahdini, Sumarwan dan Nurmalina. 2010 Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Produk Es Krim Jur. Ilm. Kel. Dan Kons., Vol. 3, No. 1, Januari 2010.
- Fred R. David. 2009. *Manajemen Strategis*. Salemba Empat Jakarta.
- Ghozali, Imam, (2008), *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16.0*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Gurnelius, Susan, 2011, *30-minute Sosial Media Marketing*, McGraw-Hill Companies, United States.
- Gwinner, Kevin P., Dwayne D. Gremler, and Mary J. Bitner (1998), “*Relational Benefits in Services Industries: The Cus-tomer’s Perspective*,” *Journal of the Academy of Marketing Sci-ence*, 26 (2), 101–114.
- Kaplan dan haeinlein. 2012. *Social media: back to the roots and backs to the future journal of system and information technology*, vol. 14 No. 2, 2012.

- Kim dan Ko. 2012, “do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand” *Journal of Research*, vol. 65. 2012.
- Kim J, Kim JE, Johnson KKP. (2010), " *The customer-salesperson relationship and sales effectiveness in luxury fashion stores: the role of self monitoring* ", *J Glob Fashion Mark* ;1(4), pp.230–9.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi 13, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lemon KN, Rust RT, Zeithaml VA. *What drives customer equity?* *Mark Manage* 2001;10(1):20–5.
- Lovelock, C. and Wirtz, J. (2007), *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, Pearson, Upper Saddle River, NJ.
- Malhotra, Naresh, 2007. *Marketing Research : an applied orientation*, pearson education, inc., fifth edition. New Jearsey : USA
- Nastaran Kabiry (2013). *Analyzing the Effect of Customer Equity on Satisfaction. International journal of Academic Research in Business an Social science. May 2013, Vol. 3, No 5.*
- Nurgraha, Agung, 2014, “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan (Studi pada Mie Sedap)” *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*, (Tidak dipublikasikan)
- Prihandini, Fadiah, 2014, Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Ekuitas Konsumen Produk Sepatu Adorable” *Jurnal Universitas Indonesia*
- Rina, Ayu, Amelia. 2014, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Purchase Intention* melalui *Social Media Marketing* terhadap produk *frozen yogurtsour sallydi*(Surabaya) *junal GEMA AKTUALITA*, vol. 3 No. 2, Desember 2014.
- Risa Angel Marisa B, 2013, “ Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemilik Mobil Toyota Di Kota Medan” *Jurna Ilmu Manajemen*, Vol. 1. No 5 hlm. 51-61.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat

- Setyaningsih, Mangunwiharjo dan Soesanto. 2007 Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang *ejournal.udnip.ac.id* Vol. 4 No. 2, Juli 2007.
- Simamora, Henry, 2004, panduan riset perilaku konsumen. PT Gramedia Alfabeta, Bandung.
- Sugioyono. 2000, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Verena Vogel, Heiner Evanschitzky & B Ramaseshan. *Customer equity drivers and future sales*. J Mark 2008;72(6):98-108.
- W. Glynn Mangold dan David J. Fauld (2009). *Social media: the new hybrid element of the promotion mix Business Horizons* (2009) 52, 357-365.
- Zarella, 2010. *The Social Media Marketing Book*. PT. Serambi Ilmu Semesta : Jakarta
- Yudhiartika dan Haryanto (2012). “Pengaruh *Personal Selling, Display*, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond’s” Vol 17, No. 2, Agustus 2012.