

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 1991. *Managing Brand Equity*. The Free Press, New York, NY.
- Arianis Chan. 2010. "Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesian Cabang Bandung". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.6, No.1:43-58.
- Ahyar, herma.2006. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas Dan LoyalitasMerek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota. *Jurnal studi manajemen & organisasi*. Vol. 3 no. 2. Halaman 15
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. "Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Surabaya." *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No.2 Agustus 2007.
- Damarsari, Ria dan Wijayanto, Gatot. 2014. "Pengaruh Brand Ekuity Dalam MembentukLifestyle Dan Customer Value Pada Pengguna Merek Smartphone Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol, VI No. 2 Mei 2014
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, L.J. Budiman. 2004. *Brand Equity Ten Strategi memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi, 2004, "Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar", Gramedia, Jakarta
- Durianto, Darmadi, 2001, "Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan PerilakuMerek", Gramedi, Jakarta
- Fadli dan Qamariah, Inneke. 2008. "Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Honda Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol.1, No.2 Mei 2008.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. alih bahasa : Benjamin Molan, Edisi Milenium, Jilid 2, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Upper sadle River: Prentice Hall International, Inc.
- _____. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. alih bahasa : Bob Sabran, Edisi keduabelas, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Noviasari, Henni dan Gatot Widjayanto. 2010. *Pengaruh Citra Merek (Brand*

Image) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Orieflame Pada PT. Orindo Alam Ayu Pekanbaru. Jurnal tepak Manajemen Bisnis Program Magister Manajemen Universitas Riau.

Purba, Jansaris Othniel dan Sugianto Yasir. 2010. *Peran Brand Equity Bagi Pembentukan Customer Value “ (Studi pada Pelanggan Telepon Seluler di Kota Pekanbaru).* Jurnal tepak Manajemen Bisnis Program Magister Manajemen Universitas Riau.

Park, C. dan Srinivasan, V. 1994. *Asurvey-based method for measuring and Understanding brand equity and iys extendibility.* Journal of marketing Research, Vol. 31.May, 271-288.

Peter, Paul J. 1999. *”Consumer behavior” prilaku konsumen & strategi pemasaran.* edisi 4, jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Rahmawati, A,dkk., 2003. Aplikasi Komputer. Cetakan Pertama. Yogyakarta. UPFE UMY.

Sholihin, Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarPPLS 3.0. Penerbit Andi. Yogyakarta

Soraya, Siti. 2012. *Pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.*Jurnal

Sugiyono.2012. Metode Penelitian Administrasi. Cetakan Ke 20. Penerbit Alfabeta. Bandung

Suryani, Susi.2009. *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Purchase Intention Melalui Nilai Pelanggan Pembaca Koran Di Pekanbaru.* Jurnal Tepak Manajemen Bisnis. Program Magister Manajemen Universitas Riau. Vol. 1 No.3.September. Hal 21-32

Yasir, Sugianto. (2004). Kontribusi ekuitas brand terhadap pembentukan customer value studi pada ponsel. *Tesis.* Program Pasca Sarjana FE UI. Depok.

Yunita Sari, Herma . 2006. *Analisis pengaruh kesadaran merek, persepsi kualiatas danloyalitas merek terhadap nilai pelanggan mobil merek Toyota.* Jurnal

Yoo, B., N. Donthu, & S. Lee. 2000. *An examination of selected marketing mix elements and brand equity.* Journal of the Academy of Marketing Science.Vol. 28 No. 2. Pp 195-211.

Zulfadil dan Sugianto Yasir. 2006. Kontribusi ekuitas merek terhadap pembentukan nilai pelanggan: studi pada telepon selular. *Jurnal Sosiohumaniora. Universitas Padjadjaran*. Vol.8 No. 2.Juli. Hal 107-123.