

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, 1997, *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*, Mitra Utama, Jakarta.
- Ade, Pangarayan, 2013, Pengaruh Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Handphone Berbasis Android Merek Samsung. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Andi M. Sadat. 2009. *Brand Beliefs; Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- 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.
- Astuti, Sri Wahjuni dan I Gde Cahyadi. 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. Hal. 145 – 156. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Durianto,dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Durianto,dkk. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fandy Tjiptono, (2005), Pemasaran Jasa, Malang, Bayu Media Publishing.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fouladivanda, Firoozeh et al, 2013. Iran. *The Effect Of Brand Equity On Consumer Buying Behavior In Term Of FMCG In Iran*. University of Guilan Iran.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Humdiana, 2005, "*Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black*, Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol. 12. No. 1. Maret, p.42-59.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Upper saddle River: Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, Eleventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall .
- Kotler, Philip. Alih Bahasa : Benyamin Molan. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Kotler, P dan Gery, A. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Lamb, H dan Mc.Daniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kusno, Fera, A. R. Yuni, M. Kristianti 2007. "*Analisa Hubungan Brand Strategy yang Dilakukan Goota Japanese Charcoal Grill and Cafe dan Brand Equity yang Sudah Diterima Konsumen*". Jurnal Manajemen Perhotelan. Vol. 3. No. 1. Hal 43-56. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Lamb, Charles. W. Et.al. 2001. *Pemasaran Buku I Edisi Pertama*. Salemba Empat. Jakarta.
- Oliver, Richard I, 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*, The McGraw-Hill Companise, Inc : New York.
- Sadat, M. Andi. (2009). *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat
- Swastha Basu dan Irawan, 2007. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Jakarta: FE UI.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2005. *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*, edisi 4, buku 2. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2007. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit. ALFABETA.

Suprpti. W. (2010). *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Bali : Udayana University Press.

Widjaja, M., Wijaya, S., dan Jokom, R., 2007., Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3 No. 2, 89 - 101.

Yoo, Donthu, Lee. 2000. *An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity*. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 28. No. 2. Page 195 – 211.

Instago,Gopego. 2015.*samsung masih menjadi vendor smartphome terbesar di dunia penghasilandibawahapple*. <http://www.instago.gopego.com/news/a/2015/04/samsung-masih-menjadi-vendor-smartphone-terbesar-di-dunia-penghasilan-di-bawah-apple>. diakses tanggal 2 desember 2015