

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Aaker, David A, 1991, *Managing Brand Equity*, California: Free Press.
- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Artaji, 2014, “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian *Notebook* Merek Acer”, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Boonwana, Pornnarat., C. Srisuwannapa, and N. Rojniruttikul, 2014, “Brand Equity Affecting Purchasing Decision Process of Doughnut from the Department Store in Bangkok”, *Proceedings of Annual Tokyo Business Research Conference*, ISBN: 978-1-922069-67-2.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Doostar, Mohammad, M. K. I. Abadi, dan R. K. I. Abadi, 2012, “Impact of Brand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Products with Low Mental Conflict”, *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(10)10137-10144.
- Durianto, Darmadi dkk, 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar*. Yogyakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jalilvand, M. Reza, N. Samiei, dan S. H. Mahdavinia, 2011, “The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention: An Application of Aaker’s Model in the Automobile Industry”, *International Business and Management*, Vol. 2, No. 2, pp. 149-158.
- Junita, Eva E.F. 2010. “Pengaruh Merek Dan Negara Asal (*Country Of Origin*) Terhadap Sikap Konsumen Dalam Memilih Produk Handphone”. *Skripsi*. Padang: Universitas Andalas
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Grafiti.

- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: LPFE-UI.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Naeini, A. Bonyadi, P. R. Azali, dan K. S. Tamaddoni, 2015, "Impact of Brand Equity on Purchase Intention and Development, Brand Preference and Customer Willingness to Pay Higher Prices", *Management and Administrative Sciences Review*, Vol. 4, Issue 3.
- Nigam, Ashutosh. Dan R. Kaushik, 2011, "Impact of Brand Equity on Customer Purchase Decisions: An Empirical Investigation with Special Reference to Hatchback Car Owners in Central Haryana", *International Journal of Computational Engineering & Management*, Vol. 12.
- Putri, Rizky L dan Fajrianti. 2012. "Pengaruh Reputasi Negara Asal (Country Of Origin Reputation) Terhadap Kepercayaan (Trust) Pada Pembeli Produk Elektronik Merek Changhong China". *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*. Vol. 1 No. 02.
- Rainsch, Sebastian. 2004. *Dynamic strategic Analysis: Demystifying Simple Success Strategies*. Wiesbaden: Deutscher Universitast-Verlag
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power Of Brands (Tehnik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Surabaya: Pustaka Utama.
- Sutrisni. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Im3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang". *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Swastha, Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Team Lab Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2013, *Komputer Statistik Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wijaya, Dimas Surya, 2011, “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry”, *Skripsi*, Semarang: Universitas Diponegoro.