

## DAFTAR RUJUKAN

- Alfionita, d. (2016). "Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian".  
*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, VOLT.36 NO. 1.
- Aaker, David.A. 1997 . Manajemen Ekuitas Merek : *Memfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta : Mitra Utama.
- Aaker, 2009. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Aaker. "Ekuitas Merek", Edisi Bahasa Indonesia, Mitra Utama Jakarta, 2008.
- Aaker, D.A. 2008. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a brand name*. New York: Free Press
- Anoraga, B.J. dan S.S. Iriani. 2014. "Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume 6.Nomor 2.
- Adytia Lesmana Ginting, Franz.2008. *Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Sony Ericsson Pada Mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Sumatera Utara*. Jurnal. Sumatera Utara.
- Alma , Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Pen- erbit Alfabeta
- Amir T. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan rasakan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bagir, Muhammad. 2009. *Pengaruh Ekuitas Merek Shafira Terhadap Loyalitas Merek Pada Counter Outlet Shafira Cabang Buah Batu Bandung*.  
Jurnal Bandung.
- Durianto, Darmadi, dkk. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Ekuitas Merek*. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. 2006. *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Ghozali, Imam, 2001, *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program SPSS*, BP Undip Semarang
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS".Semarang : UNDIP.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Husein Umar. (2005), *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Hasan, M. Iqbal, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2002.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta
- Irawan, Handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*. Jakarta : Penerbit Elex Media Komputindo.
- Irawan, Handi, 2008. *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Jakarta : Pradnya Paramitha, h. 45. Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. and Keller, L. K. (2012). *Marketing Management*, 13th Edition .New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philips. 2010. *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan) Jakarta : PT. Prenhallindo, Jilid I
- Kotler P. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler P 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo. Jakarta.
- Kim, J.K., & Park. H.A. (2006). *Imputation Using Response Probability*, *Canadian Journal of Statistics*. Vol 34 Hal 171-182.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- Muzaqqi, dkk. 2016. "Pengaruh Kesadaran Merek, Kesan Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 31 No. 1

- Moha, Sartika. Dan Sjendry. Loindong. 2016, "Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado". *Jurnal EMBA*, Vol. 4 No. 1 ISSN 2303-1174
- Mowen, John C. dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, F. (2002). *The Power of Brand*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Sahla, Hilmiatus. 2019. "Konsep Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asaham*, Vol. 01. No. 02 E-ISSN: 2655-3201
- Singarimbun, M dan Effendi, S. 2006. *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta : LP3ES
- Sunarti, Dwi Aliyyah Apriani. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51 No. 2
- Santoso, Kukuh. 2011. *Pengaruh Promosi, Ekuitas Merek terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Merek di Produk Minyak Kutus-Kutus*. Sido Makmur Wlingi. Jurnal. Malang.
- Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Schiffman, Leon G. and Kanuk. 2007. *Consumer Behaviour*. 9<sup>th</sup> ed. United States of America : Pearson Prentice Hall.
- Soehadi, A. W. (2005). *Effective Branding*. Quantum PT Mizan.
- Sunyoto, D (2013). *Perilaku Konsumen, CAPS (Center of Academy Publishing Service)*, Yogyakarta.
- Susanto, A B dan Wijarnako, Himawan. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Mizan Publika.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

- Wasundari, I.D.A dan I.Gst.A.Kt.Gd.Suasana. 2019. “Peran Brand Equity Memediasi Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kutus-kutus di kota Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.8 No 2, ISSN: 2302-8912
- Widiarini, Astri. 2008. *Pengaruh Ekuitas Merek, Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intevening Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*. Jurnal.Malang.
- Yulianto, Agus. 2008. *Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelembab Olay*. Jurnal.

