

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker David.A., 1991, *Manajemen Equitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta: Mitra Utama
- \_\_\_\_\_, 1996. *Strategic Market Management*, John Wiley & Sons, Inc., New York
- \_\_\_\_\_, 1996. *Building Strong Brand*. The Fress Press. New York
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi revisi kelima. Rineka Cipta, Yogyakarta
- Asri, Marwan. 1986. *Marketing*. Edisi 1. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Cooper, Donald dan Emory, William, 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- De Chernatony, L., & McDonald, M. 1998. *Creating Powerfull Brands*. Oxford: Butterwoth-Heinemann
- Durianto, D., Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard, 2001. *Perilaku Konsumen*. Terj Budianto. Jakarta: Binarupa Aksara
- Gitosudarmo, Indriya. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE
- Kapfferer J N.,1994 “Strategic Brand Management”, Free Press, New York

- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Indeks
- \_\_\_\_\_, Philip., Kevin Keller Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks
- Keller, Kevin Lane. *Strategi Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Second Edition. Upper Saddle River, New Jersey Pearson Education. Inc
- Knapp, Duane E. 2002. *The Brand Mindset*. Diterjemahkan oleh Sisnuhadi, Yogyakarta: Andi Offset
- Malholtra, Naresh. 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*, Jakarta: PT.Indeks
- Munir, Misbahul. 2007. *Ajaran-Ajaran Ekonomi Rasulullah, Kajian Hadits Nabi dalam Perspektif Ekonomi*. Malang: UIN-Malang Press
- Nasir, Moh, 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Pringle, H., Thompson, M. 2001. *Brand Spirit*. New Jersey : John Wiley & Sons, Ltd
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power Of Brand: Teknik Menelola Brand equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia pustaka Utama.
- Rahayu, Sri. 2005. *SPSS Versi 12.00 Dalam Riset pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Sadat, Andi M. 2009. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: PT. Indeks

Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedelapan, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

\_\_\_\_\_, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya di Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indah.

Suryabrata, Sumadi. 2008. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Susanto, A. B. & Wijanarko, Himawan. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Quantum Bisnis manajemen.

Tybout, A. M., Calkins, T. 2005. *Kellog on Branding*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Umar, Husein, 2001, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Teses Bisnis*, Edisi baru, Cetakan keempat. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Erys Styarini. 2001. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMILIHAN MEREK DAN PEMBELIAN SABUN DETERGENT DI KODYA SEMARANG. *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen UNiversitas Diponegoro Semarang.

Dwi Yulianto. 2010. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMILIHAN MEREK HANDPHONE.*Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Rahmawulan Ramadania. 2006. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR RETAILING MIX (BAURAN PEMASARAN) YANG MENJADI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Malang yang Pernah Berbelanja di Pasar Swalayan).*Skripsi*.Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang.

Bucklin, Randolph E., and Gupta, Sunil. (1992). Brand Choice, Purchase Incidence, and Segmentation: An Integrated Modeling Approach. *Journal Of marketing Research* Vol. 24, pp. 201-215.

Chen, A.C-H (2001), "Using Free Association to Examine the Relationship between the Characteristics of Brand Association and Brand Equity," *Journal of Product & Brand Management*, 10 (7): 439-451.

Murthi, B.P.S., and Srinivan, Kannan. (1999). *Consumer Extent of Evaluation in Brand Choice*. *Journal Of Bussiness* Vol. 72:2, pp. 229-252.

Srinivasan V., Chan Su Park, Dae Ryun Chang (2001), "Equity Map: Measurement, Analysis, and Prediction of Brand Equity abd its Sources", *Research Paper* No. 1685.

Sanbonmatsu, David M., Russell H. Fazio (1990). "The Role of Attitudes in Memory-Based Decision Making." In Stephen M. Nowlis and Itamar Simonson (1997), "Attribute – Task Compatibility as a Determinant of

Consumer Preference Reversals”, *Journal of Consumer Research* (May), 205-218.

Chandrashekar, Murali, Walker, Beth A., Ward, James C., and Reingen, Peter H. (1996), “Modeling Individual Preference Evolution and Choice in a Dynamic Group Setting”, *Journal of Marketing Research*, May, Vol. XXXIII, 211-223.

Supiyo, HB. 2004. Membangun Urat Nadi Perusahaan. Branding in Asia: The Creation, Development, and Management of Asia Brands for The Global Market. [www.swa.i2.co.id](http://www.swa.i2.co.id).

**Tya Eka Yulianti. 2011.** Omset Distro di Plaza Parahyangan Puluhan Miliar Rupiah. detik bandung.com edisi Rabu, 24/08/2011.

<http://achiles-punyablog.blogspot.com/2009/05/fenomena-perkembangan-distro-gaya.html>.

<http://malangraya.web.id/2009/03/08/distro-tetap-eksis-di-tengah-krisis>.