

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 1997. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of A Brand Name*. Terjemahan oleh aris Ananda. Cetakan Pertama. 1997. Jakarta: Mitra Utama.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Albari dan Pramudito, A. 2005. *Analisis Asosiasi Merek Handphone Nokia, Siemens, Sony Ericsson di Kotamadia Yogyakarta*. Jurnal siasat bisnis. (Online). vol. 2, no.10.  
(<http://journal.uui.ac.id/indek.php/JSB/acticle/View/987/896>. diakses 23 november 2010)
- Balqis. 2009. "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus Pada Gies Batik Pekalongan) (online) (<http://www.Google.com>, diakses 12 Desember 2010)
- Daniel, W.W. & Terrel, J.C. 1986. *Business Statatistik for management and Economics*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Durianto, D, dkk. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, J.W., et al. 1993. *Perilaku Konsumen Edisi Kesatu*. Terjemahan oleh Budiyanto. 1995. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ilham, J.N. 2009. *Pengaruh brand image (citra merek) Terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor merek Honda*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Negeri Malang
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi, dan Pengendalian*. Edisi Millenium, Jilid 1. Jakarta: PT INDEKS.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 2. Terjemahan oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benjamin Molan. 2002. Jakarta: Prenhallindo.
- Masyitoh. 2009. *Pengaruh Promosi dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz pada PT Istana Cenderawasih Motor Semarang* (online) (<http://www.Google.com>, diakses 23 Oktober 2011)

- Matthiesen, I.M & Phau, I.2009. *Brand Image Inconsistencies of Luxury Fashion Brands A Buyer-Seller Exchange Situation Model of Hugo Boss Australia* (online)  
(<http://www.Google.com>, diakses 01 November 2011).
- Nedi. 2008. *Hubungan Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Palembang)*. (Online)  
(<http://www.Google.com>, diakses 05 November 2010)
- Peter.J.P., & Olso, J.C. 1996b. *Consumer Behaviour: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4, Jilid 1. Terjemahan oleh Damos Sihombing. 1999. Jakarta: Erlangga.
- Pride, W.M., & Ferrell. 1993. *Pemasaran: Teori & Praktek Sehari-hari*. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Terjemahan Oleh Daniel Wijaya. 1995. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rangkuti, F. 2004. *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Syafei, Y.M. 2005. *Pengaruh Citra Merek dan Penyampaian Jasa Bengkel Resmi Terhadap Nilai Pelanggan serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Pelanggan Kendaraan MPV 2000 cc ke bawah pada bengkel resmi dealer mobil di Bandung*. (online)  
(<http://www.Google.com>, diakses 01 November 2010).
- Sulistiyawati, Prada.2009. *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang* (online)  
(<http://www.Google.com>, diakses 01 November 2011).
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Edisi pertama. Bogor: Kencana.
- Shimp, Terence, A. 2000a. *Periklanan Promosi:Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Kelima*. Jilid 1. Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari.2003.Jakarta:Erlangga.
- Simamora, B .2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri dan Sofian, Effendi.1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta. LP3ES
- Sudjana.2001. *Metode Statistika*. Bandung:Tarsito
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suliyanto. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta

Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor:Ghalia Indonesia.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Tiyas, K.H. 2010. *Pengaruh Citra Toko Terhadap Keterlibatan Konsumen Dalam Peangambilan Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Konsumen Persada Swalayan Malang)*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Negeri Malang

Umar, H. 2004. *Metode Riset Ilmu Administrasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com). 2012. *Brand image*, (online), (diakses 23 November 2012).