



Daftar Pustaka

- Aaker, David (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Tony Sitingjak (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, Imam dan Fuad (2008). *Structural Equation Modelling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.80*. Edisi Ke-2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Grewal, D., Monroe, K., Krishnan, R., Baker, J. & Borin, N. (1998). "The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discount on Consumer Evaluations and Purchase Intention". *Journal of Retailing, Vol.74(3), pp.331-352*.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Helgeson, James G dan Magne Supphellen (2004), "A Conceptual and Measurement Comparison of Self-Congruity and Brand Personality". *International Journal of Market Research, 46 (2), 205-33*.
- Kano, Y (2007). *Selection of Manifest Variables*. In S. Y. Lee (Ed.), *Handbook of Latent Variable and Related Models*. Amsterdam: Elsevier B.V.
- Keller, Kevin Lane (1993). *How to Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Keller, Kevin Lane (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. Edisi 4, London: Pearson Education
- Kompas. Penggunaan Internet di Indonesia, diakses tanggal 4 November 2016, <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng (2012). *Principles of Marketing*. Edisi 14. London: Pearson Education

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya ilmiah ini tanpa mencantumkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



Krystia, Tambunan dan Ibnu Widiyanto (2012). "Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto". *Diponegoro Journal Of Manajemen Vol. 1(2) 58-66*.

Low, G.S dan Lamb, Ch.W. (2000). "The Measurement And Dimensionality of Brand Association". *Journal of Product and Brand Management, Vol. 9 No.6, pp.350-368*.

Radji, Djoko Lesmana (2009). "Hubungan Citra Merek, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen". *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 10 (1) 17-34*

R.Cooper dan S. Schindler (2011). *Business Research Methods*, 12th Edition. McGraw-Hill International Edition.

Rossiter, John R dan Larry Percy (1998). *Advertising Communication and Promotion Management*. Edisi Kedua. Singapura: McGraw-Hill.

Sarwono, Jonathan (2010). "Pengertian Dasar Struktural Equation Modeling (SEM)". *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol 10, No 3, September 2010: 173-182*

Techinasia, Permulaan Ezytravel, diakses tanggal 21 Desember 2016, <https://id.techinasia.com/47-tahun-bisnis-travel-dwidaya-tour-startup-ezy-travel-hybrid>

Umar, Husein (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Wikipedia, Ensiklopedia Bebas-Ezytravel, diakses tanggal 21 Desember 2016, <https://id.wikipedia.org/wiki/Ezytravel>

William, J. Stanton (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Yohanes (2008). "Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor - Faktor yang Mempengaruhinya". *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK, Vol 13, No 2, Juli 2008: 140-146*

Yoo, B. & Donthu, N (2001). Developing and Validating a Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale. *Journal of Business Research, Vol.52 No.1, pp.1-14*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Klarifikasi atau tanggapan atas seluruh atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan nomor:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Jurnal Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie