



DAFTAR PUSTAKA

© Hak Cipta milik IBIKKG (Instut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Aaker, Jennifer L. (1997), *Dimensions of Brand Personality*, *Journal of Marketing Research*, http://facultygsb.stanford.edu/aaker/pdf/dimensions_of_brand_personality.pdf.

Davis, Scott M., Michael Duun (2002), *Building the Brand – Driven Business*, USA : John Wiley & Sons, Inc.

Delgado-Ballester, Elena dan Jose Luis Munuera-Aleman (2001), *Brand Trust in the Context of consumer loyalty*. *European Journal of Marketing*.

Delgado-Ballester, Elena (2004), *Applicability of a brand trust scale across product Categories*. *European Journal of Marketing*.

Delgado-Ballester, Elena, *Development and Validation of a brand trust scale*, <http://www.csom.umn.edu/Asscts/3949.pdf>.

Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak (2001), *Strategi Menaklukkan Pasar*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Emory, C. William, Donald R. Cooper (1995), *Business Research Methods*, Edisi 5, USA: Richard D. Irwin, Inc.

Ghozali, Imam (2012), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*, Edisi VI, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herbig, Paul dan John Milewicz (1993), *The Relationship of Reputation and Credibility to Brand Success*. *Journal of Consumer Marketing*.

Irawana Handi (2002), *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Jeni, Jhail (2012), Skripsi: *Pengaruh Elemen Trust in a Brand dan Kualitas Produk terhadap Brand Loyalty pada Mie Instant Indomie*.

Keller, Kevin Lane (2003), *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*, 2nd edition, USA: Pearson.

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



Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2004), *Dasar-dasar Pemasaran*, Terjemahan Alexander Sindoro, Edisi 9, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks.



Kotler Philip dan Kevin Lane Keller (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks.

Latan Hengky, Imam Ghozali (2012), *Konsep, Teknik, dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Lau, Cook Then and Sook Han Lee (1999), *Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. Journal of Market Focused Management*.

Oliver Richard L. (1997), *Satisfaction*, Singapore: McGraw-Hill.

Rangkuti, Freddy (2008), *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek, plus Analisis Kasus dengan SPSS*, cetakan ketiga, Jakarta : Gramedia Pustaka.

Sugiyono (2008), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.

Temporal, Paul (2010), *Advanced Brand Management*, Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.

http://id.m.wikipedia.org/wiki/Indofood_Sukses_Makmur

<http://id.wikipedia.org/wiki/Indomie>

<http://pemasaranlanjutan.blogspot.com/2012/06/bab-9-membangun-merk-yang-kuat.html>

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan 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.

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