



DAFTAR PUSTAKA

1. Schiffman, Leon. G dan Leslie Lazar Kanuk, Joseph Wisenblit (2010), Consumer Behavior, Global Edition, 10th edition, New Jersey : Prentice Hall
2. Kotler, Philip and Gary Amstrong (2013), Principles of Marketing horizon, 14th edition, Pearson Horizon
3. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1, Jakarta: Erlangga
4. Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2007), Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1, Jakarta: Erlangga
5. Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2007), Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 2, Jakarta: Erlangga
6. Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2012), Marketing Management global edition, Edisi 14, New Jersey: Prentice Hall
7. Philip Kotler, Gary Amstrong (2008), Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 jilid 1, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang
8. Philip Kotler, Gary Amstrong (2008), Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 jilid 2, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang
9. Kotler and Armstrong, Armstrong (2012), Principles of Marketing, Edisi 14, England: Pearson
10. Prof. Dr. H. Imam Ghozali, M.com (2011), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5, Semarang: Universitas Diponegoro
11. Donald R. Cooper, Pamela S. Schindl (2011), Business Research Methods , Edisi 11, Boston: McGraw-Hill
12. Donald R. Cooper, Pamela S. Schindler (2008), Business Research Methods, Edisi internasional, Boston: McGraw-Hill

1. Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Damodar N. Gujarati, Dawn C. Porter (2012), Dasar-dasar Ekonometrika, Buku dua, Edisi 5, Jakarta: Salemba Empat

Dr. Husein Umar (2008), Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan, Jakarta: Rajagrafindo

Kevin Lane Keller (2003), Strategic Brand Management – Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Edisi 2, Prentice Hall

Freddy Rangkuti (2009), The Power of Brand Teknik: Mengelola Brand Equity dan Strategi pengembangan merek + Analisis Kasus dengan SPSS, Jakarta: Salemba Empat

Bernard H. Schmitt (2003), Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers, John Wiley & Sons

Joseph A. Michelli (2007), The Starbucks Experience: 5 Prinsip untuk mengubah hal biasa menjadi luar biasa, Jakarta: Esensi

(<http://www.aeki-aice.org/page/industri-kopi/id>)

(<http://www.coffeebean.co.id/incl-outlet.html>)

(<http://exelsocoffee.com/cafe/outlet/?ver=#>)

(<http://www.starbucks.co.id/store-locator/search/location/jakarta>)