



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker A, David (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of Brand Name*, United States of America: Maxwell Macmillan.Inc.
- _____ (1996), *Building Strong Brands*, New York : The Free Press A Division of Simon & Schusrer. Inc.
- _____ (1997), *Manajemen Ekuitas Merek*, Cetakan 1, Alih Bahasa: Aris Amanda, Jakarta: Mitra Utama.
- Ballester, Elena Delgado and Jose Luis Munuera-Aleman. 2003. *European Journal of Marketing*.
- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler 2011, *Business Research Methods*, 11th Edition, New York: McGraw-Hill
- Durianto, Darmadi., Sugiarto, & Tony Sitinjak (2001), *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dodds, William B., Monroe, Kent B. dan Grewal, Dhruv (1991), “Effects of price, brand, and store information on buyers’ product evaluations”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 28 (August 1991), p. 307-319.
- Ghozali, Imam dan Fuad 2008, *Structural Equation Modelling*, Edisi 2, Semarang,: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F, *et.al.*, 2010, *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, Edisi 7, New Jersey: Pearson
- Keller Kevin Lane (2003), *Strategic Branding Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Jilid 2, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Oliver, Richard L. (1997), *Satisfaction : A Behavioral Perspective An Customer*, International Edition, United States : The McGraw-Hill Companies Inc.
- Schiffman, Leon G., & Leslie L. Kanuk (2004), *Customer Behavior*, International Edition, New Jersey: Pearson Education. Inc.
- _____ (2008), *Perilaku Konsumen*, Edisi ketujuh, Alih Bahasa: Zoelkifi Kasip, Jakarta: PT. Indeks.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



Sheth, Jagdish N., Banwari Mittal & Bruce (1999), *Customer Behavior: Consumer Behavior and Beyond*, Fort Worth: The Dryden Press.

Sugiyono 2012, *Metode Penelitian Bisnis: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie 2009, *Research Method for Business: A Skill – Building Approach*, Edisi 5, West Sussex: John Wley & Sons

Temporal, Paul (2002), *Advanced Brand Management: From Vision To Valuation*, Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.

Keegan, Warren J dan Mark C. Green 2011, *Global Marketing*, 6th Edition, USA: Pearson.

Latan, Hengky 2012, *Structural Equation Modeling*, Bandung: Penerbit Alfabeta.

Lau, Geok Then and Sook Han Lee, 1999, Customer's Trust in a Brand and the Link to Loyalty, *Journal of Market Focussed Management*, 4.

Yoo, Boonghee, Donthu, Naveen dan Lee, Sungho (2000), "An examination of selected marketing mix elements and brand equity", *Academy of Marketing Science Journal*, Vol. 28 No. 2, p. 195-211.

Yamin Sofyan, Heri Kurniawan 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel – PLS*, Edisi Ke-2, Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.

Zeithaml, V.A. (1988), "Consumer perceptions of price, quali

Website

(teknologi.kompasiana.com). diakses 15 juni 2013

(Apple, Gartner). diakses 15 juni 2013

(www.tahuinfo.com). diakses 15 juni 2013

(Score Mobilens.com). diakses 15 juni 2013

(www.komputologi.com). diakses 15 juni 2013

(apple.gopego.com). diakses 17 juni 2013

<http://www.apple.com>. diakses 25 juni 2013



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.